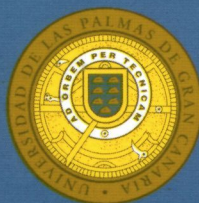


José Manuel Aguayo Moral



LA INFORMACIÓN CONTABLE EN LAS EMPRESAS HOTELERAS



Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
SERVICIO DE PUBLICACIONES

LA INFORMACIÓN CONTABLE SEGMENTADA en las EMPRESAS HOTELERAS

José Manuel Aguayo Moral
Departamento de Economía Financiera y Contabilidad



Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
SERVICIO DE PUBLICACIONES

1999

La Fundación Universitaria de Las Palmas concedió una Ayuda a la Investigación para Profesorado Universitario, patrocinada por las empresas SEASIDE HOTELS y ANFI DEL MAR, S.L., para la realización de este trabajo, que se terminó de redactar en junio de 1997.

AGUAYO MORAL, José Manuel

La información contable segmentada en las empresas hoteleras / José Manuel Aguayo Moral; Departamento de Economía Financiera y Contabilidad [de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria]. -- Las Palmas de G.C.: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Servicio de Publicaciones y Producción Documental, 1999. -- p. 238 ; 24 cm

ISBN: 84-95286-15-7

I. Hoteles--Contabilidad y Finanzas I. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. II. Título
640.4:657

Edita: Servicio de Publicaciones
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Realización: Daute Diseño S.L.
Diseño de portada: Silvia Hernández Rosales
Depósito Legal: G. C. 223-1999
ISBN: 84-95286-15-7

© Servicio de Publicaciones, ULPGC. Las Palmas de Gran Canaria, 1999.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático.

ÍNDICE GENERAL

Índice de Cuadros y Modelos	7
INTRODUCCIÓN	9
1. LA INFORMACIÓN CONTABLE SEGMENTADA	13
1.1. Necesidad de la información contable por segmentos.....	16
1.2. Principales normas contables de referencia en torno a la información segmentada	18
1.2.1. Normativa internacional de carácter gubernamental	18
1.2.1.1. Naciones Unidas.....	18
1.2.1.2. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (O.C.D.E.).....	22
1.2.1.3. Unión Europea (U.E.).....	23
1.2.2. Normativa internacional de carácter profesional.....	25
1.2.2.1. International Accounting Standards Committee (I.A.S.C.).....	25
1.2.3. Normativa nacional.....	26
1.2.3.1. Financial Accounting Standards Board (F.A.S.B.)	26
1.2.3.2. Accounting Standards Committee (A.S.C.)	29
1.3. La información contable segmentada en las normas españolas.....	31
1.4. Ventajas e inconvenientes de la información segmentada.....	33
1.4.1. Ventajas	33
1.4.2. Inconvenientes.....	35
1.5. Características de la información contable por segmentos	38
Bibliografía consultada	42
2. SEGMENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE EN LAS EMPRESAS HOTELERAS	47
2.1. Descripción general del hotel tipo que se constituye en objeto de estudio.....	50
2.2. Identificación de segmentos desde el punto de vista informativo en las empresas hoteleras	51
2.3. Segmentos por áreas de actividad hotelera	53
2.3.1. Contenido informativo por segmento	54
2.3.1.1. Importe neto de la cifra de negocios	56
2.3.1.2. Excedente neto de explotación.....	57
2.3.1.3. Activos atribuibles	69

2.4. Segmentos por mercados geográficos en las empresas hoteleras	73
2.4.1. Contenido informativo por segmento	74
2.5. Segmentos por tipos de clientes del establecimiento hotelero	77
2.5.1. Contenido informativo por segmento	77
2.6. Ubicación de la información por segmentos	80
2.7. Cuadro de cuentas adaptado a las empresas hoteleras	80
Bibliografía consultada	86
CONCLUSIONES	89
ANEXO I: PROPUESTA DE ADAPTACIÓN DEL CUADRO DE CUENTAS DEL PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD A LAS EMPRESAS HOTELERAS	97
ANEXO II: APLICACIÓN DEL MODELO	183
II.1. Información segmentada por áreas de actividad hotelera	185
II.1.1. Importe neto de la cifra de negocios	186
II.1.2. Excedente neto de explotación	193
II.2. Información segmentada por tipos de clientes	216
II.2.1. Importe neto de la cifra de negocios	216
II.3. Información segmentada por mercados geográficos	222
II.3.1. Importe neto de la cifra de negocios	222

ÍNDICE DE CUADROS Y MODELOS

CUADROS

Cuadro 2.1. Segmentos por áreas de actividad hotelera	57
Cuadro 2.2. Excedente neto de explotación segmentado	61

MODELOS

Modelo 2.1. Áreas de actividad hotelera. Importe neto de la cifra de negocios	58
Modelo 2.2. Áreas de actividad hotelera. Importe neto de la cifra de negocios	59
Modelo 2.3. Áreas de actividad hotelera. Cuadro de distribución de ingresos de explotación comunes	62
Modelo 2.4. Áreas de actividad hotelera. Cuadro de distribución de gastos de explotación comunes	63
Modelo 2.5. Áreas de actividad hotelera. Excedente neto de explotación segmentado	65
Modelo 2.6. Áreas de actividad hotelera. Excedente neto de explotación segmentado	66
Modelo 2.7. Áreas de actividad hotelera. Cuenta de pérdidas y ganancias.....	67
Modelo 2.8. Áreas de actividad hotelera. Cuadro de distribución de activos de explotación comunes	70
Modelo 2.9. Áreas de actividad hotelera. Activos atribuibles	71
Modelo 2.10. Áreas de actividad hotelera. Activos atribuibles	72
Modelo 2.11. Mercados geográficos. Importe neto de la cifra de negocios.....	75
Modelo 2.12. Mercados geográficos. Importe neto de la cifra de negocios.....	76
Modelo 2.13. Tipos de clientes. Importe neto de la cifra de negocios	78
Modelo 2.14. Tipos de clientes. Importe neto de la cifra de negocios	79

INTRODUCCIÓN

Entre los medios de alojamiento turístico, la relevancia y el carácter simbólico de los establecimientos hoteleros como elemento básico de la oferta turística queda fuera de toda duda. En el desarrollo de sus operaciones, aunque con notables diferencias atendiendo a la categoría, dimensión, localización u otras características estructurales, concurre una diversidad de procesos particulares que los dotan de una gran complejidad.

Junto a su función productiva esencial, facilitar alojamiento a los huéspedes, los hoteles realizan un conjunto de actividades tendentes a ofrecer una serie de servicios complementarios, caracterizados por una enorme heterogeneidad, tanto en lo que se refiere a su participación en el resultado global de la unidad económica como por los diferentes requerimientos que suponen la prestación de cada uno de ellos. Es obvio, además, que la amplia gama de servicios suministrados puede generar diferentes grados de rentabilidad, oportunidades de crecimiento y perspectivas futuras.

Otra característica frecuentemente repetida en este tipo de empresas es la diversidad del origen geográfico de sus clientes, así como la pluralidad de canales que pueden ser utilizados por éstos para la contratación de los servicios que presta el centro. Este hecho, unido al carácter heterogéneo del output, anteriormente aludido, nos hizo pensar que, en relación con este tipo de empresas, los modelos normalizados de cuentas anuales, con el contenido y la estructura convencional, pudieran resultar abiertamente insuficientes para un conocimiento adecuado de su verdadera situación económico-financiera, dado que las referencias globales pueden no permitir la percepción correcta de su multiplicidad de realidades, al ocultar antecedentes, situaciones actuales y perspectivas de signo a veces muy distinto.

El análisis y la interpretación correcta de esa compleja realidad exigen que un conjunto de datos suplementarios acompañe a los estados contables generales de la unidad económica, de tal suerte que faciliten información detallada y desagregada en unidades de orden inferior relativa a cada uno de los segmentos significativos que se puedan discriminar en la actuación del hotel, es decir, referida a cada una de las áreas de actividad que desarrolla, a cada uno de sus mercados geográficos y a cada uno de los tipos de clientes con los que cuenta.

Con el objetivo esencial de ofrecer una respuesta a la necesidad mencionada nace este trabajo de investigación, que trata de posibilitar y favorecer un conocimiento más profundo de la realidad y de la problemática económico-financiera de las empresas hoteleras, facilitando el proceso de elaboración y de comunicación de una informa-

ción contable válida para la toma de decisiones del conjunto de sus usuarios, tanto internos como externos.

Se trata, en definitiva, de avanzar en el cumplimiento de los requisitos que se reclaman a la información que proporciona la Contabilidad, mejorando su calidad y aumentando la utilidad que aporta, enriqueciéndola.

Atendiendo al propósito planteado, consideramos necesario realizar, con carácter previo y desde una perspectiva general, un análisis de las principales normas y pronunciamientos contables emitidos en torno a la elaboración y presentación de la información contable segmentada. De esta forma, se estudian las declaraciones mundiales y regionales, tanto de índole intergubernamental como profesional, lo establecido en el ámbito nacional en otros países y la normativa contable española, haciendo mención, igualmente, a la necesidad, ventajas, inconvenientes y características de la información contable por segmentos.

A partir de ahí, hemos tratado de diseñar un modelo que permita suministrar una información contable cuantitativa y cualitativamente relevante de la pluralidad de realidades que concurren en los establecimientos hoteleros. En él concretamos todos aquellos extremos que deben permitir a las empresas hoteleras formular información económico-financiera segmentada, lo que ha exigido decidir las bases para establecer los tipos de segmentos acerca de los que se ofrecerán datos, determinar el criterio a seguir para agrupar las actividades del hotel en cada uno de los segmentos diferenciados y fijar el contenido de los informes que se han de suministrar, así como el formato en el que finalmente se presentarán. En virtud de sus características particulares, proponemos que la información contable del hotel se ofrezca desagregada por segmentos delimitados por áreas de actividad, por mercados geográficos y por tipos de clientes.

De otra parte, entre las razones esgrimidas como inconvenientes atribuibles a la información segmentada, se menciona la que se fundamenta en las dificultades y en el coste adicional que para la empresa implica su obtención y preparación. Para neutralizar, o al menos moderar, este argumento en el caso concreto que nos ocupa, hemos elaborado una adaptación del cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad a las particularidades de los establecimientos hoteleros, que presentamos en el anexo I. El texto, que no se limita exclusivamente a una adecuación de las cuentas incorporadas en el Plan General de 1990, permite elaborar información contable desagregada relativa a aquellos segmentos que hemos identificado como significativos en las empresas hoteleras, incluso más allá de los requerimientos actuales de la normativa contable española.

Por último, en el anexo II incorporamos una aplicación de nuestro modelo, mostrando, para un hipotético hotel, la naturaleza y la variedad de los datos contables con los que podría contar la dirección de la empresa, tanto para comunicar a los diversos agentes económicos externos, en la medida en que lo estime oportuno cuando superen los mínimos legales exigidos, como para utilizar en su proceso de gestión.

La publicidad de la información obtenida, además de la que obligatoriamente han de formular las empresas, facilitaría a los usuarios externos de los estados financie-

ros la adopción de decisiones de inversión, de crédito o similares más acertadas, con un menor grado de incertidumbre y riesgo, ya que puede colaborar a evaluar más correctamente no sólo cada uno de los componentes significativos del hotel, sino también la totalidad de la unidad económica en la que se encuentran integrados. En definitiva, puede ofrecer una respuesta conveniente a sus crecientes y variadas necesidades informativas.

Junto a la ventaja reseñada, al proporcionar datos económico-financieros más completos y con un mayor grado de detalle del que ordinariamente facilita la Contabilidad Financiera, la información generada se constituye igualmente en un instrumento válido para la usuarios internos, para los responsables del establecimiento hotelero, ayudándoles en la toma racional de decisiones, tanto en orden al logro de los objetivos programados como para la definición de las políticas empresariales futuras a desarrollar.

Indudablemente, bien para comunicar a los demandantes externos o bien para utilizar en el proceso decisional interno, será de gran utilidad disponer de los datos que muestran la situación y evolución de los ingresos correspondientes a las actividades ordinarias del hotel, distribuidos tanto por áreas o categorías como por la procedencia geográfica de los clientes o por las modalidades de sistemas a través de las que se pueden adquirir los servicios. Igualmente servirá conocer, por cada área de actividad, los informes que indiquen su participación en el resultado de la explotación generado por el hotel o las cifras que revelen los recursos invertidos para obtenerlo, representados por los activos en que se han materializado, contenidos informativos, todos ellos, suministrados por el modelo propuesto.

Antes de finalizar este prefacio quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento a Lázaro Rodríguez, a Francisca Piedra, a Juan García, a Pedro M. Balboa, a Miriam Acosta y a Pepa. Todos ellos han colaborado, de muy diversas maneras, para que este trabajo pudiera concluirse.



1

**LA INFORMACIÓN
CONTABLE
SEGMENTADA**

Atendiendo a las normas de clasificación de los establecimientos hoteleros incluidas en la legislación española, como hoteles se consideran aquellas entidades que bajo una unidad económica de explotación proporcionan alojamiento con o sin servicios complementarios, diferentes de los que corresponden a las modalidades de hoteles-apartamentos y moteles.

Aunque pueden variar sustancialmente atendiendo a sus características estructurales, tales como categoría, dimensión, localización geográfica, período de apertura, etc., el estudio de la actividad hotelera pone de manifiesto que en su desarrollo concurren una diversidad de procesos particulares, distintos aunque muy interrelacionados, que la dotan de una gran complejidad.

Así, junto a su actividad principal, los hoteles realizan otra serie de actividades secundarias que dan lugar, en su conjunto, a los distintos tipos de servicios que éstos prestan. Además de su función esencial, proporcionar alojamiento a los huéspedes, los hoteles modernos facilitan otros servicios con carácter complementario, entre los que cabe destacar como más habituales, además de los generales, los asociados a la restauración, en sus diversas modalidades; salones para reuniones, congresos o exposiciones; salas de fiestas o explotación de actividades deportivas. La importancia de todos estos servicios, con la excepción del servicio de restauración, es generalmente accesorio y desigual desde el punto de vista de su participación en el volumen de ingresos globales, aunque con una incidencia creciente en algunos establecimientos y zonas geográficas, y deriva fundamentalmente de su repercusión directa o indirecta en el negocio principal del hotel.

Aceptando pues que, en general, la hotelería se configura como una rama productiva con diversas fuentes de producción (Figuerola Palomo, 1991, p. 89), con el objetivo de completar su oferta y penetrar en nuevos mercados, satisfaciendo la demanda que generan una cada vez más variada y exigente tipología de clientes, en la actividad de los hoteles con frecuencia se lleva a cabo una ampliación de sus líneas de actuación tradicionales, flexibilizando y diversificando los productos y servicios que proporcionan.

La amplia gama de servicios suministrados se caracteriza por una enorme heterogeneidad, no sólo por su influencia en el resultado global del establecimiento o por los diferentes requerimientos que supone su prestación, sino igualmente porque ofrece diferentes grados de rentabilidad, oportunidades de crecimiento y perspectivas futuras. En realidad, cada uno de los servicios, o grupo de ellos, ofertado por el hotel

podría considerarse como una actividad productiva separada, dado que genera sus propios ingresos y obliga a incurrir en determinados gastos.

La presencia del fenómeno de la multiactividad en los establecimientos hoteleros, con el desarrollo de servicios diferenciados, unido a la diversidad del origen geográfico de sus clientes y a la pluralidad de canales que se pueden utilizar para contratar los servicios, nos hizo pensar que, en relación con este tipo de empresas, resultaría valioso disponer, junto a los datos globales de la unidad económica, de información contable desagregada en unidades de orden inferior y referida a cada uno de los segmentos que en la actuación del hotel se pueden discriminar, de forma que se convierta no sólo en un instrumento útil para su gestión, sino que también responda a las crecientes demandas de los distintos agentes económicos a los que se comunica dicha información.

De forma sintética, "el objetivo de la información segmentada es suministrar a los usuarios de los estados financieros datos sobre tamaño relativo, contribución al resultado y tendencia al crecimiento de las diferentes actividades industriales y áreas geográficas en las cuales opera una empresa diversificada, al objeto de darles la posibilidad de obtener juicios más informados acerca de la unidad económica en su totalidad" (I.A.S.C., 1981, párrafo 5).

Entre otros aspectos, el procedimiento de desagregación de los datos contables exige, en primer lugar, decidir las bases para establecer los tipos de segmentos acerca de los que se ofrecerá información. A continuación se debe determinar el criterio a seguir para agrupar las actividades del hotel en cada uno de los segmentos diferenciados, la amplitud de los informes que se han de suministrar y la forma en que se han de presentar.

No obstante lo anterior, y como paso previo en este proceso, creemos necesario y conveniente analizar, desde una perspectiva general, las diversas normas y pronunciamientos contables emitidos en torno a la elaboración de la información contable segmentada, para posteriormente concretar aspectos relacionados con la formulación y presentación de datos segmentados por parte de los establecimientos hoteleros.

1.1. Necesidad de la información contable por segmentos

La Contabilidad, como ciencia de naturaleza económica, de acuerdo con el profesor Requena Rodríguez (1985, pp. 149-150), tiene como objeto formal propio "el conocimiento cualitativo y cuantitativo" de la realidad económica, pudiéndose concretar su fin genérico en "la determinación de la situación de la unidad económica y su evolución en el tiempo".

En definitiva, en el contexto de la empresa, la Contabilidad como disciplina científica suministra información acerca de los procesos de circulación y de acumulación económica que tienen lugar como consecuencia de la actividad que desarrolla (ACODI, 1992).

Por tanto, entre otros aspectos, la ciencia de la Contabilidad utilizando los instrumentos conceptuales adecuados va a captar, medir, valorar, representar coordinar e integrar las variaciones cuantitativas y cualitativas, motivadas por diversos acontecimientos de natu-

raleza jurídica o económica, que afectan al patrimonio de la unidad económica, obteniendo como culminación de este proceso unos estados contables que expresan de forma condensada tanto su estructura económica y financiera como los resultados generados por la actividad que ha llevado a cabo, lo que permite, en última instancia, convertir los datos asociados a una realidad dispersa y tremendamente compleja en información apropiada.

La información proporcionada por la Contabilidad debe ser útil para la toma de decisiones acertadas por el conjunto de sus destinatarios, tanto internos como externos, lo que exige que ofrezca una respuesta conveniente a un amplio abanico de demandas y necesidades.

En general en nuestro país a los usuarios externos, sin responsabilidad directa en la gestión empresarial, la información contable se comunica en la actualidad básicamente a través de unos modelos específicos y normalizados: el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria, integrantes de las denominadas cuentas anuales, de obligada elaboración por todas las unidades económicas, cualquiera que sea su forma jurídica, individual o societaria.

Los documentos mencionados, por su carácter sintético, no siempre satisfacen los requerimientos de todos los agentes económicos y sociales que desean o necesitan conocer la situación patrimonial de la unidad económica o los resultados periódicos obtenidos derivados de su gestión.

En un intento de ofrecer alternativas y de avanzar en el cumplimiento de las funciones que se reclaman a la información contable, y por tanto con la finalidad de mejorar su calidad y de aumentar la utilidad que proporciona, cabría enmarcar la elaboración de la denominada información segmentada, resultado de la cada vez más frecuente diversificación de la actuación empresarial y, consecuentemente, de la conveniencia de mostrar igualmente desagregadas las cifras referidas a cada una de las unidades significativas de actividad que se hubieran diferenciado.

La continua expansión de la actividad económica ha implicado, junto a una general ampliación e internacionalización de los mercados, un considerable incremento del número de empresas de grandes dimensiones y de una amplia diversificación, bien en el proceso productivo que realizan, en las áreas geográficas en las que se localizan o en los mercados en los que colocan los productos que obtienen o los servicios que prestan.

Esta forma de crecimiento empresarial supone para la unidad económica diversificada el desarrollo de una heterogeneidad de productos y/o la incorporación a una pluralidad de mercados, con características y perspectivas muy distintas en cuanto a ingresos y rentabilidad proporcionada, riesgos potenciales de las inversiones o posibilidades de crecimiento.

Por tanto, en este tipo de empresas la confección y posterior comunicación de los estados contables clásicos, con el contenido y la estructura convencional, resulta abiertamente insuficiente para que sus destinatarios lleguen a conocer, de forma adecuada, la situación económico-financiera pasada y actual así como la probable evolución futura de la unidad económica, cuya realidad pretenden y deben representar.

Esta realidad económica es compleja y puede presentar una enorme variedad, por lo que para su correcto análisis e interpretación se hace necesario que a los estados

agregados y globales del conjunto de la empresa diversificada se acompañen un grupo de datos contables complementarios, que de forma separada faciliten información detallada referida a cada uno de los mercados en los que operan, a las diferentes áreas geográficas en las que se sitúan o a los distintos productos o líneas de actividad que desarrollan, en suma, de los segmentos representativos que en la actuación de la entidad se pueden distinguir, y ello tanto para la gestión interna como para los agentes externos a los que se revela dicha información.

Como ya se indicó, "el objetivo de la información segmentada es suministrar a los usuarios de los estados financieros datos sobre tamaño relativo, contribución al resultado y tendencia al crecimiento de las diferentes actividades industriales y áreas geográficas en las cuales opera una empresa diversificada, al objeto de darles la posibilidad de obtener juicios más informados acerca de la unidad económica en su totalidad" (I.A.S.C., 1981, párrafo 5).

Para que los datos segmentados cumplan los objetivos mencionados y se conviertan en realmente útiles para la adecuada aprehensión de la imagen de la empresa, suponiendo no sólo un aumento en cantidad sino fundamentalmente un enriquecimiento en la calidad de la información facilitada, es necesario precisar los requisitos que han de cumplir, al mismo tiempo que aspectos tales como la manera en que se pueden o deben identificar los segmentos o la forma en que se ha de elaborar y presentar la información segmentada de la organización diversificada.

Aunque en ciertas ocasiones sólo de forma parcial, incompleta y ambigua, a ese propósito tratan de responder algunas disposiciones incluidas en las legislaciones de distintos países, así como diversos pronunciamientos contables publicados por organismos de ámbito internacional o nacional, tanto de carácter gubernamental como surgidos de organizaciones profesionales.

De las principales normas contables reguladoras de la información segmentada emitidas y de los organismos que las promulgaron ofrecemos ahora una reseña¹, iniciando el recorrido por las declaraciones mundiales y regionales, tanto de índole intergubernamental como profesional, y continuando con lo establecido a escala nacional en otros países, para finalizar con el análisis de la normativa contable española.

1.2. Principales normas contables de referencia en torno a la información segmentada

1.2.1. Normativa internacional de carácter gubernamental

1.2.1.1. Naciones Unidas

Ante la dificultad de obtener datos comparables sobre las actividades desarrolladas por las empresas multinacionales, en 1976 se constituyó en el seno de las

¹ Además de a las que nos referiremos, en otros muchos países (Canadá, Australia, Japón, Alemania, etc.), aunque con distinto grado de desarrollo, igualmente se han aprobado normas que reglamentan la presentación de información por segmentos.

Naciones Unidas el Grupo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes, con el objetivo de examinar y abordar los problemas planteados para la preparación y difusión, por parte de las empresas transnacionales, de información tanto de carácter financiero como no financiero.

En 1977 se publicaron unos estudios (Naciones Unidas, 1977) en los que se incluía una lista con las indicaciones mínimas que se deberían recoger en los informes de carácter general de las empresas transnacionales, tanto en lo relativo al conjunto del grupo económico como a sus componentes, y para lo que se tuvo en consideración las declaraciones de otros organismos internacionales.

Así, entre las informaciones de carácter financiero que deben facilitar las empresas transnacionales, se señalan las referidas a presentación de informes sobre sectores según las zonas geográficas en que actúen y por industrias.

Además de poner de manifiesto el ámbito geográfico y de actividad de las empresas, se considera que esta información también permitirá conocer el rendimiento y la aportación de cada uno de los sectores diferenciados, así como valorar las perspectivas y los riesgos futuros (Naciones Unidas, 1977, párrafo 41).

En particular, la lista mínima de datos que las empresas transnacionales habrán de incluir en sus informes, en el terreno que nos ocupa, se concreta en los siguientes extremos²:

- Distribución por sectores según zonas geográficas:
 1. Activo o activos netos.
 2. Ingresos.
 3. Ganancias (resultados de las operaciones).
 4. Señalar cualquier situación de riesgos excepcionales en lo relativo a cada rúbrica del balance y de la cuenta de resultados.
 5. Describir las principales actividades de cada zona.
 6. Nuevas inversiones de capital.

- Distribución por industrias:
 1. Activos identificables por cada industria.
 2. Revelar otros activos, de tal forma que se pueda conciliar la cifra del activo total que figura en el balance.
 3. Señalar los ingresos por industria y las ventas entre sectores por separado.
 4. Por industria uno o más de los siguientes datos:
 - Contribución a los beneficios.
 - Beneficios de explotación.
 - Beneficios antes de deducir los impuestos.
 - Beneficios netos.
 5. Nuevas inversiones de capital.

² Además, se considera que en las notas a los estados financieros se deberían describir los métodos para determinar los precios de transferencia y los fundamentos para seleccionar las zonas geográficas o la división por industrias sobre las que se informa por separado.

En 1979, con el objetivo de desarrollar y de avanzar en la labor realizada por el Grupo de Expertos, se creó un Grupo Especial Intergubernamental de Trabajo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes.

Como resultado de su actividad se publicó un informe (Naciones Unidas, 1984) que igualmente incluía una lista de partidas mínimas que sería conveniente que las empresas transnacionales incorporaran en sus informes de carácter general, a las que se debería añadir cualquier otra que por su importancia pudiera afectar a las evaluaciones o decisiones de los usuarios.

Para presentar estos datos no se fijó una estructura determinada, ni se consideró inicialmente su aplicación a empresas de carácter financiero como bancos y empresas de seguros.

En concreto, en cuanto a la información financiera de la empresa transnacional en su conjunto se establece:

- Desglose por zonas geográficas (o país, según corresponda) (párrafo 133):
 1. Ventas consolidadas.
 2. Resultados de la explotación consolidados.
 3. Nuevas inversiones importantes en terrenos; edificios, instalaciones y equipos.
 4. Cantidad media de empleados.

Además se considera que para cada zona geográfica o país se deberían describir los principales ramos de actividad.

- Desglose por ramo de actividad (párrafo 137):
 1. Ventas consolidadas.
 2. Nuevas inversiones importantes en terrenos, edificios, instalaciones y equipo, en la medida en que sea posible.

Igualmente, se deberían describir los principales ramos de actividad.

Por su parte, cada una de las empresas miembro del grupo, aunque suministre los datos requeridos en los estados financieros correspondientes al conjunto, debería en su información financiera incluir:

- Desglose por zona geográfica (o país, según corresponda) (párrafos 278 y 279):
 1. Ventas.
 2. En ciertas circunstancias (no especificadas):
 - Nuevas inversiones importantes en terrenos, edificios, instalaciones y equipo.
 - Cantidad media de empleados.

Asimismo se estima conveniente describir los principales ramos de actividad por cada zona geográfica.

- Desglose por ramo de actividad (párrafos 383 y 284):
 1. Ventas.
 2. En ciertas circunstancias, nuevas inversiones importantes en terrenos, edificios, instalaciones y equipo.

Deberían describirse también cada uno de los principales ramos de actividad.

Tanto para la empresa transnacional en su conjunto como para los miembros que la constituyen, se indica:

- En ambos tipos de desglose, si la suma de los importes determinados para cada partida no es igual al total correspondiente que figura en los estados financieros consolidados, se deberían incluir los importes de conciliación.
- En las notas a los estados financieros, dado que se considera esencial para entender su contenido, se debería incorporar una descripción de las políticas contables importantes que se hubieran aplicado por la empresa, entre otras las relativas a las transacciones dentro del grupo, así como los criterios para seleccionar las zonas geográficas o la división por ramos de actividad sobre los que se informa por separado, aunque en ningún caso se ofrece una definición u orientación para llevar a cabo dicha selección o división.

Además, la información relativa a los miembros del grupo debería incluir la política aplicada en la fijación de precios de transferencia.

Como se podrá comprobar, la relación anterior evidencia, a pesar de su condición de mínimos, una mayor exigencia en cuanto a los requerimientos en la presentación de la información segmentada, sea por zonas geográficas o por sectores de actividad, que la incluida en el conjunto de los pronunciamientos emitidos por otros organismos u organizaciones, nacionales o internacionales.

Sin embargo, ante la inexistencia de un consenso internacional, no se resolvieron las principales dificultades que supone el desglose de la información financiera. Aunque se plantearon, quedaron sin respuesta cuestiones como los criterios para definir una zona geográfica o para determinar un ramo de actividad, las partidas que habrían de desagregarse o si finalmente se debiese permitir que cada empresa fijara estos aspectos de acuerdo con sus circunstancias concretas.

Para dar continuidad al trabajo realizado por el Grupo Especial, en octubre de 1982, por resolución del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, se constituyó el Grupo Intergubernamental de Trabajo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes, con el mandato de mejorar la divulgación y comparabilidad de la información facilitada por las empresas transnacionales.

A lo largo de su sexto período de sesiones, celebrado en 1988, el Grupo Intergubernamental (Naciones Unidas, 1989, párrafos 28-31) recomendó la presentación de datos cuantitativos por segmentos, clasificados de acuerdo con la actividad comercial de la empresa y por áreas geográficas, reconociéndose asimismo la dificultad de establecer criterios tipo uniformes que permitan definir los sectores de actividad o delimitar las zonas geográficas, por lo que se estima que debe ser la empresa quien decida estos extremos, aunque se ofrecen algunos factores orientativos que pueden ser tomados como referencia³.

³ En otros períodos de sesiones celebrados, en los que se han examinado diversas cuestiones relativas a los elementos que deben reflejarse en los informes financieros de las empresas, se ha reiterado igualmente la conveniencia de presentar un análisis de las operaciones realizadas por la empresa clasificadas por segmentos.

Se considera que aquellas empresas cuyos títulos se ofertan al público o con una importancia económica suficiente deben publicar, para los segmentos de actividad o geográficos que consideren significativos, la siguiente información:

- a) La descripción de actividades de cada segmento de los que se ofrece información y la composición de cada segmento geográfico.
- b) Por cada segmento de actividad y cada sector geográfico los datos financieros siguientes:
 - La cifra de negocios u otros ingresos de explotación procedentes de clientes externos a la empresa.
 - La cifra de negocios o los ingresos de explotación procedentes de otros segmentos.
 - El resultado segmentado (ingresos segmentados - gastos segmentados).
 - Los activos segmentados utilizados.
 - La base de fijación de los precios intersegmentos.
 - El número de empleados.
- c) Una conciliación de todos los datos financieros sobre los diferentes segmentos y de los datos agregados que figuran en los estados financieros.
- d) Las modificaciones de la definición de los segmentos y de los métodos contables utilizados para obtener los datos segmentados que tengan un efecto apreciable sobre los mismos.

Debemos recordar, por último, que las normas publicadas por las Naciones Unidas no dejan de tener el carácter de voluntarias en su aplicación, lo que unido a veces a su discordancia con las legislaciones de los distintos países impide una amplia generalización de su puesta en práctica.

1.2.1.2. *Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (O.C.D.E.)*

Consciente de la problemática de las empresas multinacionales y de su incidencia sobre el desarrollo económico y las relaciones comerciales y financieras internacionales, al considerar las informaciones que deben proporcionar sobre sus actividades, la O.C.D.E. empezó a interesarse por los aspectos derivados de los usos contables y la posibilidad de su normalización internacional.

De esta forma, el Consejo de la O.C.D.E. adoptó en 1976 la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales (O.C.D.E., 1976), en cuyo anexo se incluyen las directrices básicas de la organización de estas entidades. Entre otros aspectos las directrices se ocupan de lo relacionado con la publicación de informaciones⁴, entre las que se deberá incluir lo relativo a las siguientes materias:

- Las zonas geográficas (consideradas como un país o grupo de países) en las que actúan y las principales actividades que en ellas ejercen tanto la sociedad matriz como sus principales filiales.

⁴ De una manera genérica, estas informaciones deberán ser facilitadas en la forma que se juzgue más conveniente y considerando la naturaleza de la empresa, su tamaño relativo en el contexto económico de las operaciones que realiza, las exigencias del secreto de los negocios y los costes.

- Las cifras de ventas por ramas principales de actividad para el conjunto de la empresa, así como la desagregación de los resultados de explotación y las ventas por zonas geográficas.
- Las inversiones nuevas de importancia, distribuidas por líneas de actividad para la empresa en su conjunto, en la medida en que sea practicable, y por zonas geográficas.
- El número medio de trabajadores por cada una de las zonas geográficas en las que opera.
- Las políticas aplicadas en relación con la fijación de precios de cesión intergrupo.
- Las políticas contables, incluidas las de consolidación, aplicadas en la recopilación de la información publicada.

De lo anterior se desprende la recomendación a las empresas multinacionales de facilitar información segmentada, como mínimo para los elementos reseñados, tanto por líneas de actividad como por áreas geográficas, aunque no se establece ningún procedimiento para determinar los segmentos de los que finalmente resulta susceptible ofrecer información al juzgarse significativos⁵.

Hemos de resaltar que aunque las directrices están dirigidas a las empresas multinacionales, su objetivo último es intentar determinar normas adecuadas y comunes para todo tipo de empresas.

Sin embargo, la falta de precisión de algunos aspectos necesarios para cumplimentar la información solicitada y, fundamentalmente, la no obligatoriedad de las directrices formuladas, ha impedido una extensa y efectiva aplicación de los pronunciamientos emitidos por la O.C.D.E.

1.2.1.3. Unión Europea (U.E.)

Como consecuencia del proceso de armonización contable iniciado en el seno de la Comunidad Económica Europea, con un carácter gubernamental y ámbito de aplicación supranacional, el Consejo de las Comunidades Europeas aprobó, a los efectos que ahora nos interesa, dos Directrices a cuyo contenido se han debido de adecuar las legislaciones nacionales de los Estados miembros: la Cuarta Directiva (relativa a la estructura, el contenido, los métodos de valoración y la publicidad de las cuentas anuales de aquellos tipos de sociedades que limitan la responsabilidad de sus socios, con algunas excepciones) y la Séptima Directiva (referida al establecimiento de las cuentas consolidadas).

⁵ En documentos posteriores la O.C.D.E. considera que una información muy detallada de un número excesivo de segmentos puede complicar el análisis de los usuarios, al igual que sería poco útil la referida a un número insignificante de segmentos, que añada pocos datos a los estados globales, o la que se obtendría cuando casi todas las actividades de la empresa están desarrolladas por un único segmento. También se pone de manifiesto la conveniencia de indicar las ventas o transferencias entre segmentos, así como que para la determinación del resultado de la explotación por áreas geográficas la distribución de los gastos comunes se realice sólo para aquellas partidas para las que se puedan utilizar criterios racionales.

En la sección 8 de la Cuarta Directiva (Consejo de las Comunidades Europeas, 1978), en su artículo 43, párrafo 1, punto 8, se establece que el anexo, comprendido entre las cuentas anuales, deberá contener indicaciones sobre el desglose del importe neto de la cifra de negocios "por categoría de actividades, así como por mercados geográficos, en la medida en que, desde el punto de vista de la organización de la venta de productos y de la prestación de servicios correspondientes a las actividades ordinarias de la sociedad, dichas categorías y mercados difieran entre sí de manera considerable".

Sin embargo, esta indicación se podrá omitir, mencionándolo en el anexo, cuando por su naturaleza implique grave perjuicio para las empresas del grupo y asociadas, omisión que los Estados miembros podrán condicionar a una previa autorización administrativa o judicial (artículo 45.2).

Igualmente los Estados miembros podrán permitir que no reflejen esa información las sociedades que puedan realizar reagrupaciones en las partidas de la estructura general de la cuenta de pérdidas y ganancias (artículo 45.2) (aquéllas que puedan formular la cuenta de pérdidas y ganancias "abreviada").

Una mención similar a la indicada, aunque referida a la cifra de negocios consolidada, se recoge en el artículo 34.8 de la Séptima Directiva comunitaria (Consejo de las Comunidades Europeas, 1983).

Así pues, en las normas comunitarias, la desagregación de los datos, presentada como notas a los estados contables, se establece por segmentos significativos de actividad y por áreas geográficas, aunque en este último caso no considerando donde se localizan las operaciones de la empresa o grupo sino los mercados en los que finalmente se venden sus productos o se prestan los servicios. Los requerimientos informativos para cada uno de los segmentos identificados se limitan al importe neto de la cifra de negocios, lo que supone los niveles más bajos de exigencia de los pronunciamientos más reconocidos y extendidos, posibilitándose además su omisión.

Los textos aprobados, dada la obligatoriedad de su puesta en vigor para los Estados miembros, hubieran constituido una buena oportunidad para armonizar en el ámbito regional las reglas que permitieran elaborar y presentar la información segmentada⁶. A pesar de ello sólo se demanda para una partida, sin necesidad de especificar las reglas para valorar las transferencias internas, no se ofrece definición alguna del concepto de segmento ni se facilitan criterios u orientaciones para su delimitación, tampoco se concreta la forma en que se han de presentar los datos desglosados ni las causas que pueden justificar su no inclusión.

Como consecuencia de todo lo anterior, queda como facultad de cada uno de los Estados miembros el desarrollo posterior de una normativa más amplia, con lo que finalmente puede suponer de falta de homogeneidad y, consecuentemente, de incomparabilidad de los informes presentados.

6 "Sin embargo, su mera mención supone un paso importante debido a que en la Europa continental, al menos, no existen los incentivos que se producen en otras economías para la elaboración de este tipo de información" (Pina Martínez, 1989, p. 522).

1.2.2. Normativa internacional de carácter profesional

1.2.2.1. *International Accounting Standards Committee* (I.A.S.C.)

La Comisión de Normas Internacionales de Contabilidad (I.A.S.C.) se constituyó en Londres, por acuerdo de un conjunto de organizaciones profesionales de varios países, en el año 1973, con el objetivo de elaborar, emitir y fomentar la aplicación a escala mundial de normas contables para la presentación de los estados financieros de las empresas.

Entre las Normas Internacionales de Contabilidad aprobadas se encuentra, con el número 14, la relativa a la presentación de la información financiera por segmentos (*Reporting Financial Information by Segment*), publicada en agosto de 1981⁷.

En el texto (I.A.S.C., 1981), que incorpora, junto a lo que constituye estrictamente la Norma, una serie de definiciones de los términos empleados así como de los métodos para presentar la información necesaria por cada uno de los segmentos identificados, se señala que deben ofrecer información financiera para cada uno de los segmentos significativos de actividad industrial y geográfica, incluyendo sus filiales, aquellas empresas cuyos títulos coticen en un mercado oficial, además de otras entidades económicas de importancia (aquéllas cuyas cifras de ingresos, beneficios, activo o número de trabajadores destaquen en los países en los que realicen sus operaciones principales).

Junto a la descripción de las actividades de cada segmento de carácter industrial de la empresa y a la composición de cada área geográfica en las que opera⁸, la información que se debe facilitar por cada uno de los segmentos identificados debe referirse a los siguientes aspectos⁹:

- Ventas y otros ingresos de explotación, diferenciando los que tengan su origen en operaciones con otros segmentos de los obtenidos por transacciones con clientes externos.

7 En 1994 la I.A.S.C. reformó la Norma Internacional inicialmente aprobada. Sin embargo la revisión no implicó cambios sustanciales, sólo una modificación en el formato de presentación y una adaptación de algunos de los términos utilizados. Por esta razón, y considerando que el texto original es el más difundido, las menciones que realizaremos a la Norma Internacional de Contabilidad nº 14 de la I.A.S.C. aludirán al texto publicado en 1981.

Igualmente debemos señalar que la I.A.S.C. (1995) ha difundido una propuesta o borrador de Norma Internacional de Contabilidad (*Exposure Draft E51*) que reemplazará, si finalmente se adopta, a la Norma Internacional de Contabilidad nº 14. El borrador ha sido distribuido a corporaciones profesionales, miembros del Grupo Consultivo de la I.A.S.C. y a otros individuos u organizaciones interesados para que formulen los comentarios y alternativas que consideren oportunos. Las recomendaciones incluidas en el proyecto pueden verse modificadas en virtud de las opiniones y sugerencias que se hayan efectuado hasta el 30 de junio de 1996, de ahí que sea la norma emitida y vigente en el momento de redactar este trabajo la que tomemos como referencia.

8 De forma similar a otros pronunciamientos se ofrecen las siguientes definiciones (párrafo 4):

- Segmentos de actividad industrial son cada uno de los componentes distinguibles de una empresa que se dedican a suministrar un producto o servicio diferente, o un grupo diferente de productos o servicios relacionados, fundamentalmente a clientes ajenos a la empresa.

- Segmentos geográficos son los componentes distinguibles de una empresa dedicados a operar en países individuales o grupos de países dentro de áreas geográficas particulares, determinados de forma apropiada a las circunstancias particulares de una empresa.

9 En la exposición de motivos de la Norma se señala que generalmente los ingresos, gastos y activos del segmento son los que le sean atribuibles directamente, o la fracción significativa de esas partidas que sobre una base razonable le puedan ser imputadas, y que el resultado del segmento se refiere al de la explotación.

- Resultados por cada uno de los segmentos.
- Activos utilizados por el segmento, bien en cantidades monetarias o en porcentajes del total.
- Criterios para la fijación de los precios entre segmentos.

Será suficiente que se elabore la información segmentada a partir de los estados contables consolidados en aquellas situaciones en las que éstos se presenten junto a los estados financieros de la matriz. En cualquier caso, con carácter complementario, se deberán ofrecer las correspondientes conciliaciones entre la información derivada de la agregación de los segmentos individuales y la información global de los estados financieros de la empresa. Igualmente deberán describirse, cuando se produzcan, las causas y los efectos de los cambios en la identificación de los segmentos o en los procedimientos utilizados para elaborar la información segmentada¹⁰, siempre que su importancia relativa así lo justifique.

Aún partiendo de la generalidad que caracteriza a todas las declaraciones de ámbito supranacional, que nacen con el objetivo final de alcanzar una amplia difusión, la Norma Internacional publicada por la I.A.S.C., a diferencia de otras, goza, considerando su contenido estricto y la exposición de motivos previa, de un desarrollo razonable, lo que inicialmente le confiere una elevada utilidad como punto de obligada referencia para la elaboración y presentación de información contable segmentada en los lugares en los que no exista una regulación específica.

No obstante, al igual que ocurre con otros pronunciamientos de organizaciones profesionales, en aquellos países, entre ellos el nuestro, en los que la regulación contable tenga su origen en disposiciones legales, su auténtica aceptación, ante la imposibilidad de exigir su cumplimiento, está sujeta a la incorporación efectiva a la legislación correspondiente, lo que limita notablemente su posible aplicación de una forma regular y común.

1.2.3. Normativa nacional

1.2.3.1. Financial Accounting Standards Board (F.A.S.B.)

Aunque con numerosos antecedentes, si bien con un ámbito de aplicación y desarrollo más limitado, en los Estados Unidos de América¹¹ el Financial Accounting Standards Board publicó en 1976 la norma número 14 (F.A.S 14), Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise, donde se regula la presentación de la información diferenciada por segmentos¹².

10 Como es general, se reconoce que la elaboración de la información por segmentos está sometida a los juicios de valor de la dirección de la empresa, tanto para identificar los segmentos como para la distribución de los ingresos, gastos y activos o para el establecimiento de los precios intersegmentos. Por ello, aunque se ofrecen como referencia orientaciones que pueden facilitar el desarrollo del proceso, se considera que será la indicación, por parte de la empresa, de la bases utilizadas para preparar los datos segmentados, los que permitirán en última instancia la comprensión de los informes por parte del usuario.

11 Una síntesis de la situación y evolución de los requerimientos en cuanto a la información segmentada en este país puede verse en BABÍO ARCAJ (1991, pp. 68-71).

En el pronunciamiento del F.A.S.B., con el objetivo de ayudar a una mejor evaluación de la actuación pasada de las empresas y de sus posibilidades futuras, se establece que la información financiera facilitada debe incluir datos separados sobre sus actividades en los diversos sectores industriales, por áreas geográficas (en las operaciones realizadas en el extranjero y para las nacionales cuando su entidad así lo justifique) y por mercados en los que opera (exportaciones y ventas a sus principales clientes). Igualmente, si la empresa desarrolla su actividad, fundamental o exclusivamente, en una única industria, deberá identificar esa industria.

El contenido de la información acerca de cada uno de los segmentos significativos diferenciados debe versar sobre los siguientes extremos:

- Segmentos de actividad industrial y por áreas geográficas:
 - Ingresos.
 - Beneficios.
 - Activos identificables.

En lo que se refiere a los ingresos se han de detallar las ventas realizadas entre los segmentos de las correspondientes a clientes externos. Asimismo se deben describir las bases para la determinación de los precios de las ventas o transferencias intersegmentos, las de imputación de gastos comunes y los efectos de las modificaciones en las prácticas contables utilizadas.

Igualmente se ha de añadir, para los segmentos por líneas de actividad, la identificación de los tipos de productos y servicios de cada segmento, las políticas contables aplicadas para la elaboración de los datos segmentados y otra información relacionada, como las cifras correspondientes a las nuevas inversiones en cada segmento o sobre amortizaciones.

- Segmentos de mercado:
 - Cifra de exportaciones.
 - Ventas a clientes importantes.

El segmento de actividad industrial se define como un componente de una empresa dedicado a proporcionar un producto o servicio, o un grupo de productos y servicios relacionados, fundamentalmente a clientes externos a la empresa para obtener un beneficio (párrafo 10.a).

Ante las dificultades de establecer sistemas universalmente válidos para fijar los segmentos industriales, se considera que su determinación debe quedar a juicio de la dirección de la empresa.

¹² En los años siguientes este organismo emitió otras declaraciones en las que eliminaba, limitaba o precisaba las exigencias de información segmentada para empresas señaladas o cuando se presentaban determinadas circunstancias.

Así, deja de ser necesaria su elaboración cuando se refiere a los estados contables intermedios, para las empresas no públicas (aquellas cuyos títulos no cotizan en un mercado público) o la que correspondería incorporar por las empresas matrices y filiales (siempre que se ofrezcan junto a sus estados financieros individuales los consolidados).

Además, tal como se mencionó al analizar la norma de la I.A.S.C., el F.A.S.B. ha difundido un proyecto, que puede sustituir la F.A.S. 14, sobre el que igualmente se han podido realizar comentarios hasta el 30 de junio de 1996. Por su condición de borrador cuando se elabora este trabajo, y dado que es posible que se modifique antes de convertirse en un documento final, nuestra reseña aludirá a la norma nº 14 publicada por el F.A.S.B.

A pesar de ello, se ofrecen unos factores que se podrían considerar para establecer productos y servicios que están relacionados y que por tanto podrían agruparse dentro de un segmento industrial (párrafo 100):

- La naturaleza del producto¹³.
- La naturaleza de los procesos de producción¹⁴.
- Los mercados y los métodos de marketing¹⁵.

Sólo deberá presentarse información de los segmentos considerados significativos, para cuya identificación se establecen unos tests que deberán satisfacer atendiendo a los porcentajes que representan sus ingresos, beneficios o pérdidas operativas y activos identificables con relación al total de esas mismas partidas para el conjunto de los segmentos industriales de la empresa (párrafo 15)¹⁶.

En cuanto a la segmentación por áreas geográficas, que deberán ser descritas, el pronunciamiento del F.A.S.B. establece que debe ofrecerse información tanto de las operaciones realizadas en el extranjero, cuya identificación depende de las particula-

13 Los productos o servicios relacionados tienen similares fines de uso, por tanto se pueden esperar similares índices de rentabilidad, grados de riesgo y oportunidades de crecimiento.

14 Que los productos o servicios están relacionados lo puede indicar la utilización común o intercambiable de equipos, instalaciones de producción o ventas, mano de obra o el uso de los mismos o similares materiales básicos, así como similares grados de intensidad de trabajo y capital.

15 Una relación entre productos o servicios puede indicarla la similitud de áreas geográficas de marketing, tipos de clientes o métodos de marketing. Por ejemplo, lo puede señalar el uso de una común o intercambiable fuerza de ventas, la sensibilidad del mercado a cambios de precios o de las condiciones de la coyuntura económica.

16 Así, un segmento se considerará significativo si cumple algunos de los siguientes criterios:

- Ingresos iguales o superiores al 10% de los ingresos globales de todos los segmentos de actividad industrial de la empresa (incluidas en ambas partidas las ventas a clientes externos y las ventas o transacciones intersegmentos).
- El importe absoluto de sus beneficios o pérdidas operativas debe ser al menos el 10% de la mayor, en valor absoluto, de las dos cantidades siguientes: el beneficio conjunto de todos los segmentos industriales que obtuvieron beneficios operativos o la pérdida operativa de todos los segmentos industriales que incurrieron en pérdidas operativas.
- Activos identificables que representen un mínimo del 10% de los activos identificables de todos los segmentos de industria.

En cualquier caso, la consideración final de un segmento como significativo o no ha de ser evaluada desde la perspectiva de su comparabilidad interperiodos. Así, deberá ofrecerse información de un segmento que por causas excepcionales no supera el test en un período concreto pero que fue significativo en el pasado y se espera que lo siga siendo en el futuro. Igual criterio se ha de seguir en caso contrario, aunque una explicación adecuada de ambas circunstancias se ha de incluir como parte de la información segmentada de la empresa (párrafo 16).

De la misma forma, con el objeto de conseguir que una parte importante de las operaciones de la empresa sea explicada por la información segmentada, se establece que el total de los ingresos por ventas a clientes externos de los segmentos significativos debe suponer, al menos, el 75% de los ingresos por ventas a clientes externos de todos los segmentos industriales (significativos o no). En caso contrario deberán señalarse nuevos segmentos sobre los que ofrecer información hasta cumplir el porcentaje anterior (párrafos 17 y 18).

Con la pretensión de limitar el número de segmentos industriales sobre los que se ofrece información, se sugiere que el número de segmentos considerados como significativo no supere la cifra de 10, procediéndose en caso contrario a una agrupación de los más relacionados, respetando el test del 75% mencionado con anterioridad (párrafo 19).

De otro lado, cuando las operaciones de una empresa se desarrollan exclusiva o predominantemente en una única actividad industrial, sólo se requiere que en sus estados financieros se identifique dicha industria, sin necesidad de ofrecer información desagregada referida al segmento dominante, indicándose igualmente unos límites para la consideración de éste como tal (cuando sus ingresos, beneficios o pérdidas operativas y activos identificables son superiores al 90% de los importes globales correspondientes a todos los segmentos de industria y ningún otro segmento resulta significativo) (párrafo 20).

ridades de cada empresa, como, cuando su importancia así lo justifique, de las operaciones nacionales.

Un área geográfica se considera significativa si los ingresos por ventas a clientes externos o sus activos identificables son al menos el 10% de las respectivas partidas consolidadas (párrafo 33).

Como área geográfica extranjera se considera un país o grupos de países determinados de forma apropiada de acuerdo con las circunstancias concretas de la empresa¹⁷.

Por otro lado, en relación con las operaciones nacionales se ha de ofrecer información de las exportaciones, tanto agregadas como diferenciándolas por cada área geográfica que se considere adecuada, siempre que el importe de dichas exportaciones a clientes externos sea al menos del 10% del total de ingresos consolidados procedentes de dichos clientes (párrafo 36).

Con respecto a los clientes más importantes de la empresa, cuando al menos el 10% de los ingresos de la empresa proceda de ventas a un solo cliente, considerándose también como tal a un grupo de clientes bajo un control común, deberá incluirse esa información, así como la relativa a los ingresos derivados de cada uno de ellos, señalando los segmentos que efectúan las ventas (párrafo 39).

La información referida en los dos párrafos anteriores se exige incluso aunque la empresa no deba desglosar su información financiera por actividades industriales o por operaciones extranjeras.

En cuanto a las alternativas de inclusión de la información desagregada, la norma del F.A.S.B. considera las siguientes posibilidades (párrafo 28):

- Dentro de los estados financieros, con las necesarias notas aclaratorias.
- Íntegramente en notas marginales a los estados financieros.
- En un anexo separado incluido como una parte integrante de los estados financieros.

Igualmente se ofrecen ejemplos de modelos propuestos para la publicación de la información segmentada, así como la definición de los principales términos utilizados.

La amplia norma aprobada por el F.A.S.B., que nace como un pronunciamiento de carácter nacional, ha tenido una considerable proyección internacional y se ha convertido en punto de partida para muchas de las directrices, gubernamentales o profesionales, elaboradas en otros países o por organizaciones de carácter supranacional, de ahí la extensa referencia a ella que hemos realizado.

1.2.3.2. *Accounting Standards Committee (A.S.C.)*

En Gran Bretaña, el Accounting Standards Committee (A.S.C.) del Institute of Chartered Accountants in England and Wales, publicó en junio de 1990 el Statement of Standard Accounting Practice número 25 (S.S.A.P 25), Segmental Reporting, que

¹⁷ Se indican como factores que pueden tenerse en cuenta para su determinación la proximidad, afinidad económica, similitudes en los entornos de negocios o la naturaleza, escala o grado de interrelación de las operaciones de la empresa en los distintos países (párrafo 34).

establece recomendaciones para la elaboración de información segmentada, aunque ya en 1967 la Companies Act exigía a las empresas diversificadas ofrecer ventas y beneficios separados por líneas de actividad.

En la norma emitida por el A.S.C., con el objetivo común al resto de los pronunciamientos de permitir una más correcta interpretación de la situación económico-financiera de la empresa, se requiere una desagregación de la información presentada, con la condición de que los segmentos que se diferencien¹⁸ puedan considerarse significativos¹⁹, por líneas de actividad industrial y por áreas geográficas²⁰.

Esencialmente las empresas que se considera que deben facilitar este tipo de información, siempre que ello no constituya un quebranto importante para sus intereses, son aquellas cuyos títulos, o los de alguna de sus filiales, coticen en un mercado oficial y limiten la responsabilidad de sus socios, sean compañías o grupos bancarios o de seguros o se incluyan, por su volumen de ventas, activo o número de empleados, entre las calificadas como importantes (las que superen, multiplicados por 10, dos de los límites establecidos para esos conceptos por la Companies Act de 1985 para clasificar una empresa como de tamaño medio).

Para cada uno de los segmentos diferenciados y descritos, tanto por áreas geográficas de actuación como por categorías de actividad, el contenido informativo a suministrar se concreta fundamentalmente en los siguientes aspectos:

- Cifra de ventas.
- Resultado.
- Importe del activo neto asociado al segmento.

Cuando además la empresa efectúe una diferenciación en las áreas geográficas de destino de los productos o servicios ofrecidos, deberá indicar el desglose de la cifra de ventas para cada uno de esos mercados.

De las ventas internas realizadas por un segmento a otro u otros de los diferenciados, aunque no se establecen los fundamentos para su valoración, se proporcionará cumplida información²¹, al igual que de las causas por las que se excluyen algunos datos solicitados y de los cambios introducidos en las prácticas para la elaboración de datos desagregados²² y su incidencia, debiéndose ofrecer en cualquier caso la

18 La comentada falta de criterios inequívocos para la determinación de los segmentos supone la consideración del juicio de la dirección de la empresa como punto de referencia necesario para su identificación, aunque se ofrecen, de forma similar a los ya referidos, factores que podrían ser tenidos en cuenta para realizar esa labor.

19 Para su identificación como tales, tanto para los segmentos de actividad industrial como por áreas geográficas, en la declaración del A.S.C., de forma similar al incluido en la norma elaborada por el F.A.S.B., se fija un test que tiene en cuenta, en este caso, el importe de las ventas efectuadas a terceros, los resultados y los activos netos de cada uno de los segmentos en relación al total.

20 Considera un segmento geográfico como un área geográfica que comprende un país o grupo de países individuales en los cuales la empresa desarrolla sus operaciones o a los que suministra productos o servicios (párrafo 31), de ahí que se pueda decir, atendiendo a los términos utilizados en otros pronunciamientos, que la segmentación en base geográfica se establece por áreas de actuación y por mercados.

21 En la segmentación por mercados no es apreciado este dato como valioso.

22 En cuyo caso se deberán ajustar las cifras relativas al ejercicio anterior, dado que se considera que uno de los objetivos a alcanzar es permitir la comparación entre informes de una misma empresa referidos a distintos períodos.

reconciliación de las cifras segmentadas con las del conjunto de la empresa, así como las correspondientes al ejercicio precedente.

Básicamente, tanto en lo referido a la clase de información que ha de notificarse como al tipo de empresas que deben hacerlo, el pronunciamiento del A.S.C., aunque presenta en general un mayor detalle, guarda un enorme paralelismo con las directrices establecidas por la I.A.S.C.

1.3. La información contable segmentada en las normas españolas

En el caso concreto de la regulación española, y como consecuencia fundamentalmente de su adaptación a las directivas comunitarias, se incluyen en diversos textos legales vigentes referencias a la información contable segmentada.

Así, en el artículo 200 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas (Real Decreto Legislativo 1564/1989), se señala, en el punto número 8, que la memoria de la sociedad deberá contener la siguiente indicación:

La distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias de la sociedad, por categorías de actividades, así como por mercados geográficos, en la medida en que, desde el punto de vista de la organización de la venta de productos y de la prestación de servicios correspondientes a las actividades ordinarias de la sociedad, esas categorías y mercados difieran entre sí de una forma considerable.

Las menciones previstas en este número podrán omitirse indicándolo en la memoria, cuando por su naturaleza puedan acarrear graves perjuicios a la sociedad. También podrán omitir tales menciones las sociedades que pueden formular cuenta de pérdidas y ganancias abreviada.

Igualmente en la cuarta parte del Plan General de Contabilidad (Real Decreto 1643/1990) se establece, en términos similares a los anteriores, aunque en este caso sin la alusión específica a las entidades que adopten forma jurídica de sociedad anónima, la obligatoriedad de incluir en la memoria normal, en relación con las actividades ordinarias de la empresa, información sobre la distribución del importe neto de la cifra de negocios por categorías de actividades así como por mercados geográficos (nota 17.2 del modelo normal de memoria). Es necesario señalar que en la memoria abreviada, que pueden presentar aquellas empresas que igualmente puedan formular el balance abreviado, se omite el anterior requerimiento.

Esta obligatoriedad se mantiene, aunque ampliada al grupo, cuando se han de formular cuentas anuales consolidadas. En este caso, a la redacción que figura en el Plan General de Contabilidad se añade la necesidad de facilitar el importe neto de la cifra de negocios que corresponde a cada sociedad que forma parte del conjunto consolidado cuando se justifique, por los perjuicios que puede suponer su publicación, la omisión de la información desagregada [nota número 21, relativa a ingresos y gastos, del contenido de la memoria consolidada, Anexo de las normas

para la formulación de las cuentas anuales consolidadas (Real Decreto 1815/1991)²³.

De la lectura de los párrafos anteriores se desprende que la normativa contable española reproduce, prácticamente de una forma literal, el texto de las directrices comunitarias en lo relativo a la presentación de información por segmentos. Así, no se exige, como es común, a las pequeñas y medianas empresas que puedan formular cuentas anuales abreviadas, ni tampoco cuando pueda suponer perjuicio grave para la empresa (en la Cuarta Directiva esta posibilidad última de omisión se restringe a que su publicación implique perjuicio para las empresas del grupo y asociadas). Cuando se precisa, su publicación queda limitada a la desagregación, por actividades y mercados, del importe neto de la cifra de negocios de las actividades ordinarias de la empresa, sin ofrecerse adicionalmente pautas concretas para llevarla a cabo.

A la falta de concreción de la regulación española se añade la inexistencia en nuestro país de pronunciamientos de organizaciones de carácter profesional, por lo que, en definitiva, será la dirección de la empresa de forma discrecional, y casi voluntaria, quien defina los criterios para identificar los segmentos, así como para elaborar y presentar la información segmentada.

Conocida la tradicional reticencia, en general, a revelar información económico-financiera más allá de los requerimientos legales, no es aventurado suponer que los datos segmentados ordinariamente facilitados por las empresas españolas no van a superar los mínimos establecidos, a pesar de su reconocida utilidad para la adopción de decisiones por parte de sus destinatarios²⁴.

Por tanto, contemplada la información segmentada como necesaria, entendemos que debe procurarse un adecuado desarrollo de las normas que permitan su formulación y publicación con las mayores garantías para la pluralidad de usuarios que se encuentran interesados en ella, fundamentalmente por parte del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas como organismo con autoridad en materia contable en España²⁵.

23 Con anterioridad el Código de Comercio, en la indicación 8ª del artículo 48, redactado por Ley 19/1989, de 25 de julio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las Directivas de la Comunidad Económica Europea en materia de sociedades, ya señalaba que la memoria consolidada debería incluir la distribución por categoría de actividades y mercados geográficos, cuando difieran entre sí de una forma significativa, de la cifra de negocios consolidada.

24 En 1992 se ofrecieron los resultados de un estudio empírico que trató de verificar la utilidad de la información financiera publicada para sus usuarios (García Díez, 1992). El trabajo se elaboró en base a una encuesta realizada a Sociedades y Agencias de Valores y Bolsa, aunque la autora considera igualmente válidas las conclusiones obtenidas para la mayoría de los destinatarios de los informes contables. La investigación puso de manifiesto, entre otros aspectos, que una amplia mayoría de los encuestados juzgan conveniente la regulación de la información contable que deben formular las empresas, estimándose que debe realizarse conjuntamente por organismos gubernamentales y por organizaciones profesionales. Asimismo destaca el hecho de que los estados contables tradicionales (balance, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria), aunque imprescindibles, se valoran insuficientes para conocer la marcha de la empresa, lo que obliga a usar otros documentos complementarios. De este modo, en lo que se refiere a la información segmentada, en una escala de utilidad de 1 a 5, fue considerada muy importante (valor 4 de la escala) por un 75% de los encuestados, puntuándose con un valor de 3 (bastante importante) por el 25% restante.

25 El Real Decreto 1643/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, establece en su disposición final quinta que el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas podrá dictar, mediante Resolución, normas de obligado cumplimiento que desarrollen dicho texto.

1.4. Ventajas e inconvenientes de la información segmentada

Hasta este punto hemos destacado, directa o indirectamente, sólo razones en favor de la divulgación de información desagregada por segmentos. Sin embargo, junto a las ventajas señaladas, y a algunas otras, también se apuntan ciertos inconvenientes. A unos y otras haremos mención ahora, ofreciendo una relación ordenada.

1.4.1. Ventajas

Al margen de la obligatoriedad o voluntariedad de la presentación de la información segmentada, parece justificado considerar que empresas que ofrecen productos y/o servicios de naturaleza y posibilidades variadas, que desarrollan su actividad en entornos geográficos de características económicas, sociales y políticas diversas, o que se desenvuelven, por su localización o composición, en una pluralidad de mercados, deban acompañar a los estados contables que periódicamente elaboran unos informes que pongan de relieve una realidad tan compleja.

De igual manera, resulta sensato a priori atribuir, desde la perspectiva de los agentes económicos que manejan los datos suministrados por las entidades, una mayor utilidad para sus decisiones de actuación a una información más completa y descriptiva de la situación empresarial, en definitiva, y expresado en términos contables, una información que represente una imagen fiel de la unidad económica a la que se refiere.

En la línea de intentar corroborar o rebatir esta última idea se han desarrollado, fundamentalmente en Estados Unidos y Gran Bretaña, numerosos trabajos de investigación empíricos. La profesora Babío Arcay (1991, pp. 31-56; 1992a, pp. c.11-c.19) realiza un análisis y una síntesis de este tipo de estudios, y a las principales conclusiones que obtiene nos remitimos ahora.

De acuerdo con ella, los trabajos que tratan de verificar la utilidad de la información segmentada se pueden encuadrar en tres grupos:

- Estudios de naturaleza descriptiva.

Tienen como objetivo básico tanto comprobar la utilidad que proporciona al usuario el disponer de datos por segmentos, como destacar aquellos componentes que despiertan en él un mayor interés, al mismo tiempo que determinar los contenidos que mejor puedan servir a sus necesidades.

Los trabajos, desarrollados esencialmente por medio de encuestas, cuestionarios y entrevistas, permiten concluir que la información segmentada, fundamentalmente la referida a ventas y, sobre todo, a los resultados por segmentos, se considera útil, atribuyéndosele un alto grado de interés para la toma de decisiones de crédito e inversión. Los resultados ponen de manifiesto, además, la conveniencia de que en ella se incluya una descripción de las actividades realizadas por la empresa.

- Trabajos que estudian su capacidad predictiva.

A través de ellos se trata de determinar en qué medida se ve favorecida la estimación de las cifras globales de ventas y resultados por la utilización de información por segmentos.

En un grupo de estos trabajos se deduce que las predicciones realizadas con base en datos segmentados de ventas y resultados son más acertadas que las que se obtienen utilizando únicamente cantidades globales, e incluso una combinación de cifras de resultados conjuntos y de ventas desagregadas.

Esta afirmación tiene una mayor validez cuando se trata de estimar las ventas de toda la entidad, siendo menos rotunda cuando se realiza una previsión de los resultados generales basada en ventas y beneficios por segmentos en lugar de en ingresos desglosados de ventas y beneficios totales, lo que en alguna medida supone conceder poca utilidad predictiva a los datos sobre beneficios segmentados. Sin embargo, estudios posteriores pusieron de manifiesto que el valor añadido de la utilidad de los datos segmentados de beneficios está en relación directa con el plazo del pronóstico (mayor a plazo más reducido) y con el nivel de diversificación de las empresas a las que se refiere (en concreto se investigó que supone una escasa mejora cuando las distintas actividades desarrolladas se incluyen en industrias poco o nada relacionadas, así como cuando la empresa está muy integrada o muy diversificada).

Por otro lado, aunque incluido en este mismo grupo de trabajos que intentan analizar las posibilidades predictivas de la información segmentada, existe otro bloque que examina su incidencia en las opiniones que emiten los analistas de inversiones, valorándose, en general, positivamente para efectuar unos dictámenes más seguros.

- Estudios sobre su incidencia en el precio de las acciones.

Si los informes financieros ofrecen datos sobre ventas y beneficios segmentados, no sólo por actividades sino también por zonas geográficas, facilitan la posibilidad de evaluar adecuadamente el riesgo correspondiente a la empresa diversificada, así como el disponer de información sobre su rentabilidad, aspectos ambos que inciden en el valor de los títulos.

Desde esta perspectiva, un conjunto de trabajos, que consideraron además, en mayor o menor medida, otros elementos como la referida ventaja que supone para estimar determinadas variables como los beneficios futuros, ratificaron la utilidad que reporta el conocimiento de la información financiera segmentada y los efectos que implica sobre el precio de las acciones y su predicción, tanto más cuanto mayor sea el contenido de los datos suministrados.

Partiendo de los resultados obtenidos en las investigaciones empíricas reseñadas, y en la medida en que reduce la incertidumbre, se puede confirmar que la información segmentada es considerada, en general y desde cualquiera de las perspectivas que se han tenido en cuenta, como verdaderamente relevante, lo que no viene sino a justificar lo que intuitivamente podía inferirse.

Por tanto, como ventaja genérica de la información por segmentos, cabría mencionar la utilidad que representa para la toma de decisiones más acertadas por parte de los diversos usuarios y analistas de la información contable de las entidades diversificadas, básicamente por el profundo conocimiento pasado y presente que puede transmitir de la realidad económica empresarial, a lo que se añade su capacidad predictiva en relación con algunas variables consideradas como muy significativas. En definitiva, se convierte en deseable en cuanto satisface muchas de las necesidades informativas de los agentes económicos.

Junto a otros aspectos, esa ventaja genérica se concreta, mediante el establecimiento y aplicación de ratios o indicadores económico-financieros específicos, y aunque no se señale como uno de sus objetivos prioritarios, en la posibilidad de comparar, siempre que sean consistentes, los datos correspondientes a cada uno de los segmentos, fundamentalmente en lo que se refiere al análisis de su evolución en el tiempo y dentro de cada una de las empresas.

La comparabilidad de la información en el espacio, entre distintas empresas, resulta menos factible, tanto menos cuanto mayores sean las disimilitudes entre las normas que se han aplicado para elaborar y estructurar los informes por segmentos. Esta imposibilidad justifica aún más la demanda de una mayor armonización de las directrices que establezcan la formulación de los datos desagregados, tanto en los criterios u orientaciones de identificación de los segmentos como en las características y contenido informativo mínimo que se ha de ofrecer para cada uno de ellos. En cualquier caso, aunque no exista uniformidad, puede ayudar a conseguir la comparabilidad de los informes segmentados la publicación de los métodos contables empleados por la empresa en la preparación de la información.

De otro lado, como ventaja añadida, cuando por la estructura organizativa de la empresa la gestión de cada uno de los segmentos se constituye en tarea directa de una o unas personas, resulta más fácil apreciar la labor realizada y, paralelamente, exigir las responsabilidades derivadas del incumplimiento de las funciones o de los objetivos previamente asignados.

1.4.2. Inconvenientes

Al hacer mención a los inconvenientes imputables a la información segmentada nos referiremos tanto a los que se derivan de su publicación como a las dificultades que se señalan para su preparación.

Como argumento manejado repetidamente, aunque no de forma unánime, en contra de la presentación de información desglosada por segmentos, cabe destacar el que se justifica en los perjuicios que puede suponer para la empresa, ya que se entiende que debilita su posición competitiva al aumentar el detalle que se ofrece de la actuación, de los resultados obtenidos y del estado económico-financiero de la unidad económica.

Así, entre otros motivos, desde la perspectiva de una empresa en concreto, se considera que con la información segmentada se facilita a las empresas que operan en el mismo sector datos relevantes que pueden orientar sus propias decisiones; se puede

favorecer la incorporación de nuevas empresas a algunas de las ramas de actividad desarrolladas atraídas por su favorable realidad o por sus expectativas; se proporcionan a numerosos agentes económicos y sociales justificaciones para exigir o defender frente a la empresa sus intereses particulares y, finalmente, se pueden alejar algunos inversores ante el aumento del riesgo apreciado para la empresa.

Aun sin poder rechazarse en su totalidad esos razonamientos, resulta ingenuo admitir a la entrada del siglo XXI, en una época caracterizada por la accesibilidad para obtener y difundir información, que el juicio sobre una entidad pueda construirse única y exclusivamente por los informes que ella misma facilita. Asimismo, los datos que se han de comunicar no están referidos de forma pormenorizada a todos y cada uno de los aspectos de su organización y gestión. Además, y en la medida en que las normas que posibilitan la publicación de información segmentada sean exigibles para el conjunto de las empresas, lo que aparentemente menoscaba su posición puede adquirir valor por el conocimiento que permite de las demás unidades económicas que igualmente la divulgan.

En cualquier caso, se puede considerar que la revelación de información segmentada no afecta a la empresa diversificada más que la información exigida a otra que actúe en un solo sector de actividad industrial o en un área geográfica (I.A.S.C., 1981, párrafo 8).

Por último, hay que recordar que el objetivo de la información contable no es servir los intereses de un grupo económico o social en particular, sino, entre otros, transmitir en última instancia información útil para la toma de decisiones de la totalidad de sujetos implicados en la actividad económica, incluso competidores.

A veces se esgrime como causa para rechazar la formulación de datos segmentados, dado que aumenta los requerimientos de la información contable, el incremento de costes en que ha de incurrir la empresa para su obtención.

Este aspecto viene contemplado, al menos implícitamente, en los pronunciamientos que establecen la elaboración de información segmentada, ya que en la mayoría de los casos lo que se reglamenta son los contenidos mínimos imprescindibles que se han de facilitar.

Además, aunque en principio para uso interno, con mucha probabilidad los datos contables por segmentos que se han de ofrecer estarán habitualmente disponibles, pues constituyen aspectos esenciales para poder llevar a cabo una adecuada gestión en las empresas de una cierta dimensión, que son básicamente de las que se requiere su publicación.

Por otra parte, ante la inexistencia de unos criterios estrictos para su elaboración, a la información segmentada se le puede imputar una cierta falta de objetividad, pues en último término queda condicionada a la arbitrariedad de quienes han de formularla.

No obstante, la heterogeneidad de características en la actividad y organización de las empresas diversificadas impide que se pueda establecer un único y riguroso procedimiento para la obtención de los datos, por lo que se puede considerar que es la gerencia, por su conocimiento de la entidad, quien está en mejor disposición de

seleccionar el método más adecuado, lo que no ha de implicar necesariamente una falta de validez de la información suministrada.

En otras ocasiones se señala que un exceso de información, y tanto más referida a áreas concretas de la empresa, puede dificultar o incluso impedir una visión precisa de la realidad en su conjunto.

Sin embargo esta desventaja, empleada como argumento en contra de la información segmentada, pierde su consistencia si recordamos que su fin es incorporarse, sirviendo de complemento, a los informes financieros en los que se incluye igualmente la información empresarial agregada.

Asimismo, en ningún caso puede considerarse información excesiva, en tanto que la diferenciación de una parcela de actividad como segmento exige que sea distinguible y su valoración como significativa para la empresa, en definitiva que adquiera suficiente importancia relativa.

A la ventaja que implica la posibilidad de evaluar más acertadamente la gestión de cada uno de los responsables de la empresa, y precisamente por ello, se enfrenta el obstáculo de encontrar cierta resistencia a proporcionar la información, así como a que se adopten conductas o decisiones inadecuadas, en otros términos, que la elaboración de cifras desglosadas induzca a un comportamiento disfuncional de la dirección (Babío Arcay, 1991, p. 62).

Algunos de los inconvenientes mencionados atribuibles a la información financiera por segmentos se nos antojan poco sólidos y empleados para la defensa de intereses particulares que sí pueden verse afectados. Pensamos que igualmente podrían utilizarse como limitaciones imputables a los informes agregados convencionales e incluso, en un nivel superior, a la información contable en su conjunto.

Entendemos que los únicos argumentos reales en contra de la validez de la información segmentada son básicamente los derivados de la discrecionalidad en su preparación y publicación, lo que es consecuencia no de la falta de cualidades de la propia información sino de una incompleta regulación o de una defectuosa aplicación de lo regulado, y que en cualquier caso se puede mitigar, como ya se ha reiterado, con un mínimo grado de normalización contable, al menos a escala nacional, que sea aceptado, que asegure un contenido mínimo y que unifique los criterios o alternativas para identificar los segmentos y para obtener, elaborar y presentar los datos desgregados, y ello aún permitiendo una cierta flexibilidad ante las diversas empresas y situaciones particulares que se pueden presentar y que difícilmente podrían contemplarse en una norma general.

Sin embargo, en tanto no se modifique el estado actual de la situación, se han de aceptar como ciertas algunas de sus desventajas, que se agrupan finalmente en su no comparabilidad en el espacio, aunque hay que recordar que ésta no se relaciona entre los objetivos a alcanzar con los que nace la información segmentada.

En virtud de todo lo anterior, y para sintetizar, nos alineamos con aquellos que opinan que, en general, la información segmentada es apta para facilitar a los usuarios de los estados financieros la posibilidad de tomar decisiones adecuadas, ya que puede ayudar a (A.S.C., 1990, párrafo 1):

- Una mejor apreciación de los resultados y de la posición financiera de la entidad, permitiendo un mayor conocimiento de la actividad pasada y por tanto una mejor evaluación de las perspectivas futuras.
- Evaluar la incidencia que los cambios en los componentes significativos de un negocio puedan tener sobre el mismo en su conjunto.

1.5. Características de la información contable por segmentos

Sobre la base de las observaciones que hemos venido realizando, intentaremos señalar las características que reúne la información por segmentos, partiendo de las que de una forma general se entiende que debe poseer la información económico-financiera ofrecida por las empresas. Para ello nos limitaremos a lo que en nuestro país se indica en el Plan General de Contabilidad y, dado su carácter más amplio, a lo publicado por una organización profesional como es la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (A.E.C.A.).

Considerando que a veces pueden resultar contradictorias entre sí, lo que obliga a buscar un adecuado equilibrio entre ellas, en la introducción (punto 10) del Plan General de Contabilidad Español se establecen las cualidades que debe poseer la información incluida en las cuentas anuales, y por tanto, como componente de aquélla, la información segmentada. Ésta, desde nuestro punto de vista, es:

- Comprensible (*...dentro de la complejidad del mundo económico, fácil de entender por los usuarios*), siempre que, del mismo modo que para analizar los datos globales de la empresa, los grupos interesados tengan la capacidad suficiente, en definitiva un conocimiento mínimo del mundo económico y sus actividades.

Además, la comprensión de los datos resultantes por parte de los usuarios se verá favorecida cuando se ofrezcan las indicaciones acerca de las bases utilizadas en la preparación de la información por segmentos (I.A.S.C., 1981, párrafo 7). Asimismo, como información adicional que se propone, puede facilitar la claridad de los modelos generales.

- Relevante (*...verdaderamente significativa para los usuarios sin llegar al exceso de información que iría en contra de la característica anterior*), en la medida en que está referida a componentes de la empresa con entidad y sustantividad propia desde el punto de vista de su actividad y operaciones, reduciendo la incertidumbre y evitando con su presentación que se excluyan datos esenciales para alcanzar un conocimiento completo de la realidad que se trata de reflejar.

“Así, los usuarios de la información financiera necesitan información segmentada para valorar las perspectivas y riesgos de una empresa diversificada, que pueden no ser determinables a partir de la información agregada” (I.A.S.C., 1981, párrafo 5).

- Fiable (*ausencia de errores significativos en la información suministrada...*), tanto más cuanto en mayor grado se apliquen principios y reglas aceptadas y, sobre todo, siem-

pre que se pongan de manifiesto, dado que finalmente queda como facultad de la dirección de la empresa la elección, entre distintas alternativas, de las pautas a emplear para la identificación de los segmentos, de los métodos a utilizar para asignar los ingresos, activos e imputación de costes o para fijar los precios de transferencia. La revisión por un auditor de estos aspectos, aunque difícil, se convierte en fundamental para que se genere una mayor confianza y seguridad en los datos y por tanto para que aumente su utilidad (Babío Arcay, 1991, p. 62).

- Comparable (...*consistente y uniforme en el tiempo y entre las distintas empresas*) con la información correspondiente a la misma empresa y formulada con referencia a períodos anteriores, así como bajo los mismos procedimientos y criterios.

Sin embargo, como venimos repitiendo, se presentan dificultades para su comparabilidad con otras empresas, que dejarán de existir para casos concretos en el supuesto de homogeneidad en las prácticas utilizadas para obtener la información por segmentos. Aunque una ampliación del proceso de armonización en los aspectos más conflictivos ayudaría a reducir de una forma general este inconveniente, difícilmente se podrá eliminar en su totalidad la existencia de ciertos elementos subjetivos, ya que intentar conseguirlo exigiría un grado de detalle en las normas reguladoras que acaso no resultaría apropiado.

De cualquier manera, la información segmentada no pretende transmitir la impresión de que pueden hacerse comparaciones entre segmentos similares de actividad industrial o geográfica correspondientes a empresas diferentes (I.A.S.C., 1981, párrafo 6).

- Oportuna (...*debe producirse en el momento en que sea útil para los usuarios y no con un desfase temporal significativo*), en tanto que los datos segmentados se incorporan a los estados financieros anuales que han de publicar las empresas, pudiendo elaborarse igualmente en el caso de informes contables de periodicidad inferior al año (estados contables intermedios).

Por su parte, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (A.E.C.A., 1985, pp. 23-26) añade junto a las anteriores características de oportunidad, relevancia y comprensibilidad (que denomina claridad), otros requisitos que debe cumplir la información contable y que relacionaremos con el contenido informativo por segmentos:

- Identificabilidad (*Los estados contables periódicos se refieren a sujetos económicos perfectamente definidos en cuanto a su área de actividad económica y a momentos o intervalos temporales perfectamente identificados...*).

Entre los aspectos que deben incluirse en la información segmentada publicada por cada empresa, se encuentran la descripción de las actividades de cada segmento de carácter industrial y de las operaciones y composición de cada área geográfica o mercado en el que actúa, lo que junto a la obligada vinculación a un

período de tiempo y a su incorporación al informe total facilitado por la empresa, permite inequívocamente que quede identificada.

- Razonabilidad (*La información contable no puede alcanzar en todos los casos una exactitud completa sobre los sucesos de la actividad económica... Por lo tanto, basta con que los estados contables alcancen una exposición razonable de los hechos que tratan de representar...*).

La información segmentada, en tanto se obtenga de acuerdo con prácticas contables que se consideren aceptables, permite explicar adecuadamente la realidad objeto de estudio a la que se refiere.

- Economicidad (*...la información que ha de proporcionarse a los decisores económicos debe tener en cuenta el criterio de coste-beneficio a la hora de juzgar sobre el nivel de agregación y desarrollo de ciertos datos...*).

En general, en la estimación de los costes que causa la preparación de la información contable se deben considerar, además de los incurridos directamente para su confección y suministro, los originados por los efectos negativos que puede provocar su revelación, entre otros los perjuicios en la competitividad de la empresa. Por tanto, junto a la dificultad de conocer exactamente los beneficios que supone la información financiera, se añade la derivada de que sus costes tampoco son rigurosamente cuantificables (Martínez Churiaque, 1988, p. 597).

El requisito de economicidad ha imperado frecuentemente sobre otros, fundamentalmente por lo que significa de comodidad cuando se ha de elaborar la información, aunque la valoración correcta de la relación coste-beneficio debe realizarse en función de la finalidad de la información y de los objetivos que se persiguen (Norberto Laborda, C. y C. I. Muñoz Colomina, 1988, p. 191).

Así pues, aunque el coste adicional que para la empresa implica la elaboración de la información segmentada ha sido empleado como razón para justificar la negativa a proporcionarla, entendemos que al analizar el grado de economicidad de la información por segmentos, no desde la perspectiva de quien debe formularla sino de quien tiene que regular su preparación, ha de considerarse la utilidad que reporta al conjunto de los agentes económicos y sociales que se sirven de ella, en definitiva al desarrollo de la actividad económica, y esto parece fuera de toda duda.

"La investigación empírica parece bastante concluyente al confirmar los efectos benéficos que la publicación de esta información ha tenido en el mercado de valores en particular y por extensión en el marco económico global..." (Pina Martínez, 1989, p. 529).

- Imparcialidad (*La información contenida en los estados contables periódicos ha de elaborarse con la intención de que sea absolutamente neutral e imparcial, es decir, que no tergiversarse o distorsione los datos en favor de ciertos destinatarios y en perjuicio de otros*).

La incorporación de los datos por segmentos, en la medida en que facilita el conocimiento de la realidad económica, hace que la información que ofrecen las

empresas cumpla en mayor medida este requisito, también denominado insesgabilidad o neutralidad y estrechamente vinculado con el de objetividad, ya que permite una mejor defensa de los intereses del conjunto de usuarios, a pesar de que determinados grupos, gestores y propietarios fundamentalmente, puedan apreciar que los suyos en concreto se ven perjudicados.

- Objetividad (*La información contable ha de elaborarse utilizando un mecanismo de procesamiento que impida al máximo la introducción de criterios subjetivos por parte de los responsables del proceso...*).

Ya se ha indicado que a la información segmentada se le imputa un cierto grado de subjetividad, consecuencia de la discrecionalidad casi inevitable de la que goza la dirección de la empresa para decidir, a veces entre distintas opciones y otras incluso por la inexistencia de reglas, aspectos discutibles como los precios que se fijan para las transferencias realizadas entre los segmentos de la misma empresa o la asignación a cada uno de ellos de los costes comunes (Carmona S. y F. Carrasco, 1994, p. 259-260).

Aunque no se pueda impedir en su totalidad la existencia de juicios de valor, la inclusión junto a los datos de los criterios generales adoptados para su formulación, puede favorecer la credibilidad suficiente y objetividad de los informes, ya que, en el sentido atribuido por A.E.C.A., ante los mismos hechos contables, distintos procesadores, aplicando las mismas pautas y dentro del mismo sistema de información, podrían llegar a la obtención de datos similares.

- Verificabilidad (*La información contenida en los estados contables debe ser susceptible de control y revisión, interno y externo...*).

Al margen de la verificación interna, que siempre será factible estableciendo los mecanismos de intervención que se estimen como oportunos, la sujeción de la información a contrastación externa por especialistas independientes puede dar muestra de su calidad y del grado de observación de las condiciones que debe poseer, fundamentalmente de las que hacen referencia a su fiabilidad y objetividad, alrededor de las cuales giran la mayoría de los reparos señalados a los datos contables por segmentos, lo que proporcionaría, una vez comprobado el cumplimiento de los requisitos exigidos, una indiscutible certeza y confianza a los destinatarios.

El auditor deberá aplicar los siguientes procedimientos para la revisión de la información segmentada incluida en los estados financieros [García Díez y otros, 1993, pp. 705-706; en referencia al Statement on Auditing Standard nº 21 (1977) del American Institute of Certified Public Accountants (A.I.C.P.A.)]:

- Conocer el proceso de obtención de la información segmentada y valorar su razonabilidad.
- Comprobar la adecuación de los criterios de registro de las transacciones entre los distintos segmentos diferenciados.

- Evaluar si existe consistencia entre dos períodos consecutivos, comparando la información segmentada presentada con la correspondiente al ejercicio anterior y con la presupuestada.
- Analizar los métodos de imputación de costes y de identificación de activos comunes, valorando su razonabilidad.

Para finalizar, como resumen, consideramos que la existencia de ciertas dificultades para su elaboración, transmisión y uso no invalida la utilidad de la información segmentada, en la medida en que favorece que los estados contables periódicos que obligatoriamente han de presentar las unidades económicas alcancen su objetivo último y, por tanto, proporcionen una imagen verdadera y no distorsionada de la actividad empresarial, excediendo en definitiva las ventajas que representa a los inconvenientes que pueda ocasionar.

Dadas las peculiaridades de las empresas a las que fundamentalmente se asocia la información segmentada, con actividades de características heterogéneas y/o localizadas en lugares geográficos variados, las referencias globales de su situación económica y financiera no permiten la percepción correcta de su multiplicidad de realidades, al ocultar antecedentes, situaciones actuales y perspectivas de signo a veces muy distinto, obstáculo que se podría anular o al menos reducir, como se ha indicado, con el complemento, que no sustitución, de informes separados para cada una de esas realidades específicas que conforman el conjunto, o al menos de algunos de sus elementos.

La utilidad atribuida a los datos segmentados se constituye asimismo en argumento para exigir su elaboración e incorporación progresiva a la información que ordinariamente facilita la empresa, lo que significa además la necesidad de una regulación adecuada, objetiva y fácilmente aplicable del procedimiento, principios y criterios con los que se han de preparar y presentar, de tal forma que se reduzcan, en lo posible, las arbitrariedades y la discrecionalidad de su contenido. A ello han colaborado, en mayor o menor medida, las normas contables publicadas, coincidentes en muchos aspectos, aunque algunas de ellas tienen un carácter voluntario o un ámbito geográfico efectivo de aplicación reducido, al tiempo que adolecen de un cierto grado de imprecisión y generalidad.

Bibliografía consultada

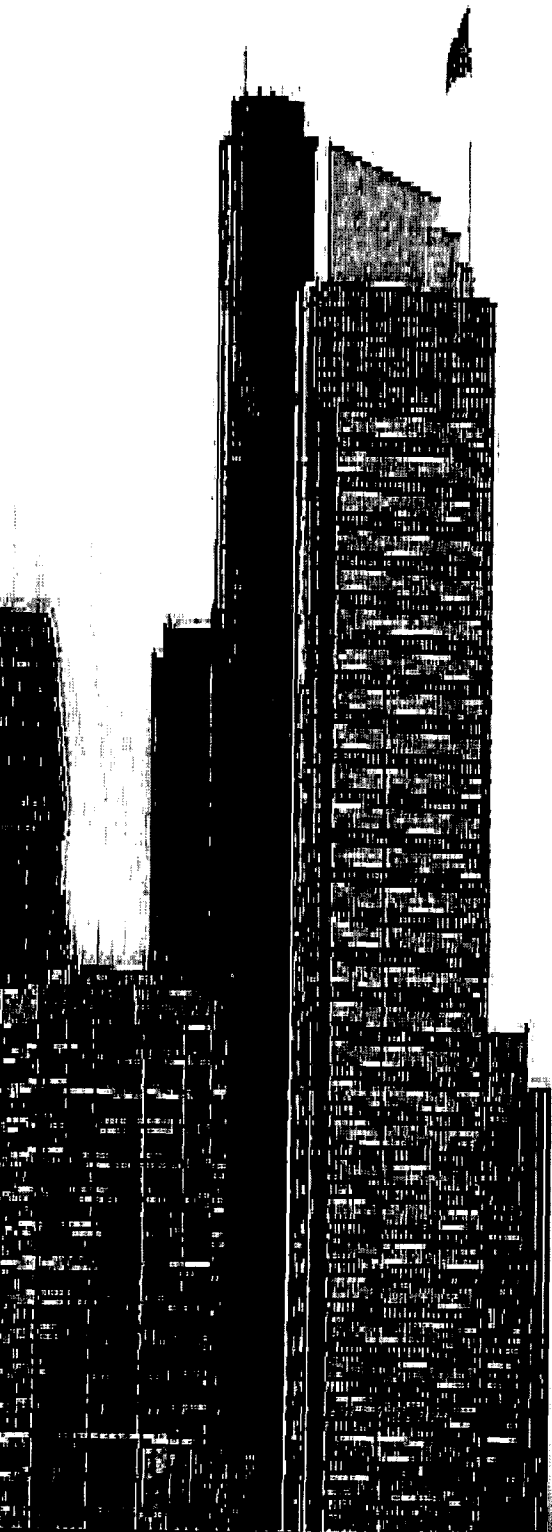
- ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (A.S.C.) (1990): *Segmental Reporting*, Statement of Standard Accounting Practice nº 25 (S.S.A.P. 25), Londres, Ed. A.S.C.
- ADRADOS SASTRE, M^a. C. (1996): "Sistemas de información contable", en *Ensayos sobre Contabilidad y Economía*, en homenaje al Profesor Ángel Sáez Torrecilla, tomo I Contabilidad financiera, Madrid, Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Ministerio de Economía y Hacienda, pp. 17-30.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD DIRECTIVA (ACODI): (1992): *Contabilidad Directiva*, Documento I, Madrid, Ed. ACODI.

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (A.E.C.A.) (1985): *Principios y normas de contabilidad en España*, Documento 3, 4ª ed., Madrid, Ed. A.E.C.A.
- BABÍO ARCAÏ, Mª. R. (1991): *La mejora de la información de las empresas diversificadas: Los estados contables segmentados*, Madrid, Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Ministerio de Economía y Hacienda.
- BABÍO ARCAÏ, Mª. R. (1992a): "El análisis contable de las empresas diversificadas: la utilidad de la información segmentada", *Actualidad Financiera*, nº 6, semana 10-16 febrero, pp. C.9-C.21.
- BABÍO ARCAÏ, Mª. R. (1992b): "La información segmentada en la normativa contable española", *Partida Doble*, nº 21, marzo, pp. 43-51.
- BABÍO ARCAÏ, Mª. R. (1992c): "Un campo abierto para las recomendaciones de un organismo profesional: la información segmentada", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, nº 72, julio-septiembre, pp. 591-608.
- BLANCO DOPICO, M. I. y S. GAGO RODRÍGUEZ (1992): "La relación información/comunicación como base de la estructura de la Contabilidad de gestión", *Técnica Contable*, tomo XLIV, pp. 613-618.
- CALLAO GASTÓN, S. y J. I. JARNE JARNE (1995): "La información financiera en el contexto internacional: análisis descriptivo", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XXIV, nº 85, octubre-diciembre, pp. 937-968.
- CARMONA, S. y F. CARRASCO (1994): *Estados Contables*, Madrid, Ed. McGraw-Hill.
- CONSEJO DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1978): *Cuarta Directiva (78/660/CEE)*, Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 14 de agosto.
- CONSEJO DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1983): *Séptima Directiva (83/349/CEE)*, Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 18 de julio.
- EMMANUEL, C. y N. GARROD (1994): "Segmental reporting in the UK. How does SSAP 25 stand up to international comparison?", *The European Accounting Review*, vol. 3, nº 3, Ed. European Accounting Association, pp. 547-562.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (1991): *Elementos para el estudio de la Economía de la empresa turística*, Madrid, Ed. Síntesis (Colección Gestión Turística).
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (F.A.S.B.) (1976): *Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise*, Statement of Financial Accounting Standards nº 14 (F.A.S. 14), Stamford, Ed. F.A.S.B.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (F.A.S.B.) (1977): *Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise-Interim Financial Statements*, Statement of Financial Accounting Standards nº 18 (F.A.S. 18), Stamford, Ed. F.A.S.B.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (F.A.S.B.) (1978a): *Suspension of the Reporting of Earnings per Share and Segment Information by Nonpublic Enterprises*, Statement of Financial Accounting Standards nº 21 (F.A.S. 21), Stamford, Ed. F.A.S.B.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (F.A.S.B.) (1978b): *Reporting Segment Information in Financial Statements That Are Presented in Another Enterprise's Financial Report*, Statement of Financial Accounting Standards nº 24 (F.A.S. 24), Stamford, Ed. F.A.S.B.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (F.A.S.B.) (1979): *Disclosure of Information about Major Customers*, Statement of Financial Accounting Standards nº 30 (F.A.S. 30), Stamford, Ed. F.A.S.B.
- GABÁS TRIGO, F. y otros (1996): "Análisis de la demanda de información financiera en la coyuntura actual", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XXV, nº 86, enero-marzo, pp. 103-137.

- GARCÍA DÍEZ, J. (1992): "La utilidad de la información financiera para analistas de inversiones (estudio empírico)", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XXI, nº 70, enero-marzo, pp. 29-55.
- GARCÍA DÍEZ, J.; A. MARTÍNEZ ARIAS e I. RUBÍN FERNÁNDEZ (1993): "Auditoría de los nuevos estados financieros", *Técnica Contable*, nº 539, noviembre, pp. 699-708.
- GONZALO ANGULO, J. A. (1981): "Tendencias de la información financiera empresarial", *Revista Técnica*, nº 4, Ed. Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España, pp. 19-40.
- GONZALO ANGULO, J. A. y J. TUA PEREDA (1988): *Introducción a la contabilidad internacional*, Madrid, Ed. Instituto de Planificación Contable, Ministerio de Economía y Hacienda (Colección Monografías, nº 14).
- GONZALO ANGULO, J. A. y J. TUA PEREDA (Introducción, traducción e índices) (1993): *Normas Internacionales de Contabilidad de la I.A.S.C.*, 3ª ed. act., Madrid, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España.
- HALLER, A. y P. PARK (1994): "Regulation and practice of segmental reporting in Germany", *The European Accounting Review*, vol. 3, nº 3, Ed. European Accounting Association, pp. 563-580.
- IGLESIAS SÁNCHEZ, J. L. (1992): "Insuficiencia de las cuentas anuales para reflejar la realidad económica", *Técnica Contable*, nº 517, enero, pp. 1-20.
- INSTITUTO DE AUDITORES-CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA: *Normas y Recomendaciones de Auditoría y Contabilidad*, Madrid, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (I.A.S.C.) (1981): *Reporting Financial Information by Segment*, International Accounting Standard 14 (I.A.S. 14), Londres (hemos utilizado la traducción al español, *Información financiera por segmentos*, Norma Internacional de Contabilidad nº 14, realizada por GONZALO ANGULO, J. A. y J. TUA PEREDA (1993): *Normas Internacionales de Contabilidad de la I.A.S.C.*, 3ª ed. act., Madrid, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España, pp. 277-285).
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (I.A.S.C.) (1995): *Reporting Financial Information by Segment*, Exposure Draft E51, Londres.
- KELLY, G. J. (1994): "Unregulated segment reporting: Australian evidence", *The British Accounting Review*, vol. 26, nº 3, septiembre, Ed. Academic Press Limited, pp. 217-234.
- LAÍNEZ GADEA, J. A. (1993): *Comparabilidad internacional de la información financiera. Análisis y posición de la normativa española*, Madrid, Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Ministerio de Economía y Hacienda.
- LEY 19/1989, de 25 de julio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las Directivas de la Comunidad Económica Europea en materia de sociedades, Boletín Oficial del Estado de 27 de julio.
- MALLO, C. (1996): "El sistema integrado de información empresarial", en *Ensayos sobre Contabilidad y Economía*, en homenaje al Profesor Ángel Sáez Torrecilla, tomo II Contabilidad de gestión y Economía financiera, Madrid, Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Ministerio de Economía y Hacienda, pp. 317-333.
- MALLO, C. y F. SERRANO (1996): *Contabilidad Directiva y competitividad de la empresa*, Comunicación nº 2, Madrid, Ed. Asociación Española de Contabilidad Directiva (ACODI).
- MARTÍNEZ CONESA, I. (1996): *Marco conceptual de la Contabilidad financiera en España: comparabilidad internacional*, Madrid, Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Ministerio de Economía y Hacienda.
- MARTÍNEZ CHURIAQUE, J. I. (1988): "Los requisitos de la información contable: la propuesta del F.A.S.B.", en *XXV años de Contabilidad Universitaria en España*, Madrid, Ed. Instituto de Planificación Contable, Ministerio de Economía y Hacienda, pp. 591-609.

- MARTÍNEZ OCHOA, L. (1994): "Los modelos de información contable: referencias para un debate abierto", *Actualidad Financiera*, nº 45, semana 5-11 de diciembre, pp. C.965-C.972.
- MONTERREY MAYORAL, J. (1987): "En torno a los requisitos de la información contable", *Técnica Contable*, tomo XXXIX, pp. 385-392, 398.
- MONTESINOS JULVE, V. (1983): *Organismos internacionales de contabilidad: funciones y objetivos*, Madrid, Ed. Instituto de Planificación Contable, Ministerio de Economía y Hacienda (Colección Monografías, nº 2).
- MONTESINOS JULVE, V.; M. A. GARCÍA BENAÚ y J. M. VELA BARGUES (1988): "Información segmentada", en *Ponencias y Comunicaciones*, III Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad, Málaga, Ed. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Málaga, pp. 429-440.
- NACIONES UNIDAS (1977): *Empresas transnacionales. Estudios técnicos. Normas internacionales de contabilidad y presentación de informes*, número de venta S.77.II.A.15, Nueva York, Ed. Naciones Unidas.
- NACIONES UNIDAS (1984): *Normas internacionales de contabilidad y presentación de informes. Informe del Grupo Especial Intergubernamental de Trabajo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes*, número de venta S.84.II.A.2, Nueva York, Ed. Naciones Unidas.
- NACIONES UNIDAS (1989): *Informe del Grupo Intergubernamental de Trabajo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes*, número de venta S.89.II.A.3, Nueva York, Ed. Naciones Unidas.
- NEVADO PEÑA, D. y A. TEJADA PONCE (1995): "Puntualizaciones en torno a la información segmentada", *Actualidad Financiera*, nº 18, semana 1-7 de mayo, pp. C.659-C.678
- NORVERTO LABORDA, C. y C. I. MUÑOZ COLOMINA (1988): "La contabilidad como sistema de información y la norma comunitaria nº 4", *Técnica Contable*, nº 472, abril, pp. 185-194, 236.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO (O.C.D.E.) (1976): *Declaration on International Investment and Multinational Enterprises*, París, Ed. O.C.D.E.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO (O.C.D.E.) (1990): *La ventilation des informations financières*, París, Ed. O.C.D.E.
- PINA MARTÍNEZ, V. (1989): "Contenido informativo y ventajas de las normas contables sobre información segmentada", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XVIII, nº 59, abril-junio, pp. 513-531.
- REAL DECRETO 1634/1983, de 15 de junio, por el que se establecen las normas de clasificación de los establecimientos hoteleros, Boletín Oficial del Estado de 17 de junio.
- REAL DECRETO 1643/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, Boletín Oficial del Estado de 27 de diciembre; corrección de errores en Boletín Oficial del Estado de 14 de marzo de 1991.
- REAL DECRETO 1815/1991, de 20 de diciembre, por el que se aprueban las normas para formulación de cuentas anuales consolidadas, Boletín Oficial del Estado de 27 de diciembre; corrección de errores en Boletín Oficial del Estado de 30 de enero de 1992.
- REAL DECRETO LEGISLATIVO 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, Boletín Oficial del Estado de 27 de diciembre; corrección de errores en Boletín Oficial del Estado de 1 de febrero de 1990.
- REQUENA RODRÍGUEZ, J. M. (1985): *Epistemología de la Contabilidad como teoría científica*, 3ª ed., Málaga, Ed. Universidad de Málaga.
- ROBERTS, C. y S. GRAY (1995): "Segmental reporting", en *Comparative International Accounting* (NOBES, C. y R. PARKER; eds.), Londres, Ed. Prentice Hall International (UK) Limited, pp. 390-412.

- SANZ SANTOLARIA, C. J. (1994): "La información segmentada", *Revista Técnica*, 3ª época, nº4, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España, pp. 48-61.
- SIERRA MOLINA G. J. y B. ESCOBAR PÉREZ (1996): "La información para la gestión empresarial", *Partida Doble*, nº 68, junio, pp. 47-49.
- TUA PEREDA, J. (1984): "Algunos obstáculos con que se enfrenta la normalización contable", en *Décimo aniversario del Plan General de Contabilidad*, Madrid, Ed. Instituto de Planificación Contable, Ministerio de Economía y Hacienda, pp. 447-502.
- UCIEDA ARCAS, J. L. (1993): *La Contabilidad Directiva: instrumento de planificación y control de la dirección empresarial*, Comunicación nº 1, Madrid, Ed. Asociación Española de Contabilidad Directiva (ACODI).
- ZARDOYA ALEGRÍA, A. I. (1991): "Información contable por segmentos", *Técnica Contable*, nº 509, mayo, pp. 299-316.
- ZARDOYA ALEGRÍA, A. I. (1993): "Información segmentada", en *Los estados financieros complementarios* (GALLIZO LARRAZ, J. L.; eds.), Madrid, Ed. Pirámide, pp. 261-291.



2

**SEGMENTACIÓN DE
LA INFORMACIÓN
CONTABLE EN LAS
EMPRESAS HOTELERAS**

Una vez se han expuesto las normas y pronunciamientos que regulan la elaboración y presentación de la información contable desagregada para aquellos segmentos significativos que en la actividad de las empresas se puedan distinguir, en las páginas que ahora se inician trataremos de concretar, como ya se reveló, todos aquellos extremos que permitan a los hoteles formular información económico-financiera por segmentos, tanto por áreas de actividad como por mercados geográficos o por tipos de clientes. Igualmente ofreceremos una adaptación del cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad de 1990 a las particularidades de los establecimientos hoteleros.

Con anterioridad señalamos que las normas contables españolas, en relación con el resto de los pronunciamientos, se sitúan en los niveles más bajos en cuanto al contenido informativo requerido por cada uno de los segmentos empresariales que se puedan discriminar. Tampoco se sugieren criterios u orientaciones para proceder a la identificación de los segmentos, ni se exige informar sobre los que finalmente se han utilizado. Asimismo no se establece ninguna estructura predeterminada para ofrecer los datos desagregados.

En concreto, la única alusión que se realiza en el Plan General de Contabilidad en lo relativo a la publicación de información segmentada aparece en la nota 17.2 del modelo normal de memoria¹. Así, se indica que como parte de su contenido deberá incluirse información sobre:

1 Por tanto, en un principio, sólo existirá obligación de ofrecer información segmentada en las cuentas anuales de las sociedades anónimas, incluidas las laborales, de las sociedades de responsabilidad limitada y de las sociedades en comandita por acciones que no formulen el modelo abreviado de balance y memoria.

Sin embargo, aun publicando balance y memoria normal, la sociedad podrá omitir la mención a la información desagregada exigida cuando pueda presentar cuenta de pérdidas y ganancias abreviada (artículo 200.8 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, Real Decreto Legislativo 1564/1989).

Podrán elaborar balance y memoria abreviados las sociedades que durante dos ejercicios consecutivos reúnan, a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos dos de las circunstancias siguientes (estos límites fueron establecidos por el Real Decreto 572/1997, de 18 de abril, por el que se revisan los límites contables del artículo 181 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas):

a) Que el total de las partidas del activo no supere los trescientos noventa y cinco millones de pesetas.
b) Que el importe neto de su cifra anual de negocios no supere los setecientos noventa millones de pesetas.

c) Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio no sea superior a cincuenta.
Podrán formular cuenta de pérdidas y ganancias abreviada las sociedades que durante dos ejercicios consecutivos reúnan, a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos dos de las circunstancias siguientes (estos límites fueron establecidos por el Real Decreto 572/1997, de 18 de abril, por el que se revisan los límites contables del artículo 190 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas):

a) Que el total de las partidas del activo no supere los mil quinientos ochenta millones de pesetas.
b) Que el importe neto de su cifra anual de negocios no supere los tres mil ciento sesenta millones de pesetas.

c) Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio no sea superior a doscientos cincuenta.

La distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias de la empresa, por categorías de actividades así como por mercados geográficos. Deberá justificarse la omisión de la información requerida en este punto, cuando por su naturaleza pueda acarrear graves perjuicios a la empresa.

La no determinación de las circunstancias que pueden justificar la supresión, unido a lo exiguo de los datos que se demandan y a la falta de pautas para proceder a su elaboración y presentación, implica, de hecho, que la fijación de todos los elementos relativos a la publicidad de los informes desagregados por segmentos quede sujeta al criterio y la voluntad de la dirección de cada empresa española.

Haciendo uso de esa facultad, intentaremos especificar para los establecimientos hoteleros aspectos como la identificación de segmentos, el contenido de la información a facilitar y el formato en el que finalmente se mostrará, tomando como referencia, cuando se precise, básicamente las recomendaciones incluidas en la Norma Internacional de Contabilidad nº 14 de la I.A.S.C. (1981), Información Financiera por Segmentos, ya que los pronunciamientos de esta organización gozan de un considerable reconocimiento a escala mundial y, a pesar de las dificultades que entraña su adopción, las propuestas que se ofrecen, como señalan los profesores Gonzalo Angulo y Tua Pereda, tienen una amplia repercusión y pueden ser inspiradoras “de nuestra propia evolución futura en cuanto a presentación de estados financieros y contables” (Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España: *Normas y Recomendaciones de Auditoría y Contabilidad*, vol. II, I.A.S.C., introducción de los traductores).

La información suministrada por el modelo que ofreceremos, al margen de que la empresa decida finalmente su difusión en el nivel mínimo exigido por la legislación vigente, se puede constituir igualmente en un elemento válido para los usuarios internos, al proporcionar datos con un grado de detalle mayor del que ordinariamente facilita la Contabilidad Financiera, lo que le confiere utilidad para la toma de decisiones por parte de la dirección de la empresa, tanto en orden al logro de los objetivos programados como para el establecimiento de las políticas futuras a desarrollar, máxime cuando muchos de los establecimientos hoteleros se califican como medianas y pequeñas empresas, en las que se puede presumir, sin asumir demasiados riesgos, que no existirá un sistema de Contabilidad de Costes que facilite información analítica de la actividad empresarial como soporte para una correcta gestión.

2.1. Descripción general del hotel tipo que se constituye en objeto de estudio

La empresa hotelera que consideraremos opera con un solo establecimiento localizado en la costa, aunque no creemos necesario clasificarlo en una categoría concreta, dado que ésta se determina atendiendo fundamentalmente al cumplimiento de unos requisitos técnicos o condiciones generales mínimas de estructura en cuanto a instalaciones, comunicaciones, zona de clientes, servicios generales y zona de personal, sin que ello suponga necesariamente la prohibición o la obligatoriedad de ofre-

cer de forma exclusiva un conjunto previamente determinado de servicios, si bien es indudable que existe normalmente una relación directa entre la categoría del establecimiento y el tipo, variedad y calidad de servicios ofertados.

El origen fundamental de sus ingresos deriva, como es común, de las actividades de alojamiento y restauración, aunque presta además una amplia gama de servicios generales y complementarios que con posterioridad delimitaremos.

Sus clientes proceden tanto del interior del país como de otras zonas geográficas, y los servicios se contratan a través de múltiples canales (directamente por los usuarios, por medio de agencias de viajes nacionales y tour-operadores extranjeros o por acuerdos con las empresas a las que pertenecen los clientes).

Desde el punto de vista de su organización administrativa, los servicios contables están centralizados para todo el hotel, aunque el plan de cuentas presenta el desglose necesario para obtener datos separados para cada una de las unidades de información que después se establecerán.

2.2. Identificación de segmentos desde el punto de vista informativo en las empresas hoteleras

Como ya indicamos, el procedimiento de desagregación de los datos contables obliga, inicialmente, a decidir las bases para establecer los tipos de segmentos respecto a los que se ofrecerá información. A continuación se debe determinar el criterio a seguir para agrupar las actividades del hotel en cada uno de los segmentos diferenciados.

De una manera general, los segmentos pueden fijarse de acuerdo a las características legales, organizativas o económicas de la empresa. Así, entre los criterios más habituales que sirven de fundamento cabe citar los siguientes:

- Segmentos de actividad industrial, es decir, establecidos a partir de los productos, tangibles o intangibles, que obtiene la empresa como resultado del desarrollo de su proceso productivo.
- Segmentos por áreas geográficas de origen, o lo que es igual atendiendo a los lugares (zonas, países individuales o grupos de países) en los que se llevan a cabo las actividades de la empresa.
- Segmentos por áreas geográficas de destino o segmentos geográficos de mercado. Se determinan en función de las zonas en las que la empresa finalmente vende los productos o presta los servicios.
- Segmentos por clientes, diferenciados según las características de los adquirentes de los productos o usuarios de los servicios.
- Segmentos atendiendo a las distintas sociedades o entidades que componen el grupo empresarial, o bien en virtud de las divisiones organizativas de la empresa o, en su caso, del grupo.

En ocasiones en la literatura al respecto se hace referencia exclusivamente a segmentación por áreas geográficas, lo que puede implicar que se esté considerando el origen de las operaciones, el destino de los productos o ambas alternativas.

Otras veces se hace mención a segmentos de mercado para aludir tanto a una diferenciación por áreas geográficas de destino de los productos como a una discriminación por tipo de clientes.

Como ya hemos tenido oportunidad de indicar en el capítulo anterior, en las normas y pronunciamientos contables analizados la segmentación más frecuente que se propone es la que debe efectuarse sobre la base de los tipos de actividades que desarrolla la empresa y en función de las áreas geográficas de origen en las que opera, incluyéndose a veces también el desglose por mercados geográficos y por clientes.

Al margen del criterio concreto que se adopte, los segmentos diferenciados deben presentar, como condición básica, que las operaciones incluidas en él posean aspectos comunes entre sí y, al mismo tiempo, diferentes en relación con las desarrolladas en cualquier otro segmento (Babío Arcay, 1992c, p. 596).

En nuestro caso concreto, a partir de las características particulares del tipo de empresa de las que nos ocupamos, proponemos que la información contable del hotel se ofrezca desagregada por segmentos delimitados por áreas de actividad, por mercados geográficos y por tipos de clientes².

Desde nuestro punto de vista, amén de cumplir con los requerimientos establecidos en la normativa contable española, que exige sólo la divulgación de los datos distribuidos por categorías de actividades y por mercados geográficos, la información que se desprenda de esta segmentación se puede considerar relevante tanto para los usuarios externos como para la toma de decisiones de gestión, al margen de la estructura organizativa específica que adopte el hotel.

De otro lado, si bien se regula dónde debe incluirse la información segmentada exigida, no se ofrece por el contrario ningún formato para su publicación. Por ello, para cada uno de los segmentos identificados por áreas de actividad, mercados geográficos y tipos de clientes, sugeriremos igualmente unos esquemas de modelos de presentación de los informes desglosados, en los que habrán de expresarse tanto las cifras del ejercicio corriente como las del ejercicio anterior, de forma que se pueda valorar su evolución durante el período transcurrido.

2 En el marco que hemos establecido no procedería una segmentación por áreas geográficas de origen en las que opera el hotel ni atendiendo a la estructura legal del grupo, al desarrollar la empresa su actividad en un solo establecimiento.

De darse estas circunstancias la desagregación de la información por empresas del grupo no revistiría especiales dificultades, dado que se formula antes de proceder a la consolidación.

En la mayoría de las declaraciones contables emitidas, para efectuar el desglose por áreas geográficas en las que la empresa realiza su actividad se sugiere, tal como se indicó, considerar las operaciones desarrolladas en el interior del país de origen como un segmento separado, diferenciando las operaciones extranjeras por zonas, atendiendo, por ejemplo, a su proximidad, afinidad económica, similitudes en el entorno político y de los negocios, la estabilidad en los tipos de cambio o el grado de relación entre las operaciones realizadas por la empresa en los distintos países.

Por otra parte, la distinción de segmentos por divisiones organizativas, aun pudiendo resultar en general interesante, no creemos que en un modelo que pretende ser general pueda concretarse, teniendo en cuenta las diferencias que pueden existir en la estructura y funcionamiento de los distintos establecimientos hoteleros. De cualquier manera, la organización del hotel responderá de una forma global a los tipos de actividades que realice, en base a los que sí planteamos ofrecer datos segmentados.

2.3. Segmentos por áreas de actividad hotelera

La variedad de servicios y/o productos facilitados, así como la limitada importancia relativa de algunos con relación al conjunto de la actividad hotelera, desaconsejan reconocer cada uno de ellos individualmente considerado como un segmento separado.

Así, y tomando como referencia los distintos pronunciamientos analizados, podemos definir el segmento de actividad hotelera como una parcela diferenciable de las operaciones del hotel que permite prestar un servicio o suministrar un conjunto de servicios y/o productos relacionados a los clientes del establecimiento.

Basándonos en este concepto, en el quehacer del hotel distinguiremos cuatro grandes áreas o fuentes de producción generadoras de ingresos, que identificaremos, respectivamente, como segmentos de actividad hotelera, algunos de los cuales se configuran además como un conjunto de actividades diversas, susceptible siempre de ampliarse, o reducirse, atendiendo a las circunstancias concretas de cada establecimiento. Tales segmentos son los siguientes:

- a) Servicio de alojamiento.
- b) Servicios de comidas y bebidas o servicios de restauración:
 - Restaurantes (para servicios a la carta y/o de menú no contratados y para atender a clientes no huéspedes).
 - Bares.
 - Cafeterías.
 - Comedor (desayunos y pensiones contratadas).
 - Servicio de habitaciones.
 - Minibares de habitaciones.
 - Salas de fiestas (discotecas, pub, etc.).
 - Banquetes, celebraciones, comidas de trabajo, coffee-breaks, cócteles, etc.
- c) Otros servicios generales a los clientes:
 - Lavandería y lencería.
 - Comunicaciones (teléfono, fax, télex, etc.).
 - Cambio de moneda extranjera.
 - Safes (cajas de seguridad individuales).
 - Animación turística.
 - Actividades deportivas y de recreo.
 - Alquiler material deportivo.
- d) Actividades accesorias a la explotación principal.
 - Alquiler de salones para conferencias, congresos, convenciones, seminarios y reuniones (con sus correspondientes servicios técnicos).
 - Garaje (utilizable por clientes y por terceros ajenos al establecimiento).
 - Tiendas propias (joyería y regalos; prensa, fotografía y estanco; salón de belleza; etc.).
 - Organización de excursiones.
 - Arrendamiento de locales y zonas comerciales.

- Mediación en máquinas recreativas.
- Mediación en máquinas vendedoras de bebidas y otras.
- Mediación en el alquiler de vehículos.
- Mediación en la reserva y venta de plazas en excursiones.
- Mediación en la reserva y venta de entradas a espectáculos, museos y/o monumentos.

La asignación de las actividades a cada segmento se ha realizado considerando que el servicio básico que se presta es el de alojamiento, agrupando los distintos servicios de restauración al interpretar que se concretan en productos relacionados por su naturaleza o por sus procesos de producción. Los servicios complementarios a los clientes, precisamente por ese carácter y a pesar de su heterogeneidad, constituyen otro segmento, diferenciándose por último un conjunto de actividades que adquieren la condición de secundarias o accesorias a la función principal del hotel.

Cada segmento comprende operaciones que presentan características diferentes con relación a las incluidas en los demás, y entendemos que todos ellos pueden calificarse como significativos, aunque en determinados casos no satisfagan los límites cuantitativos establecidos en algunos pronunciamientos para su identificación como tales.

Sin embargo, no debemos perder de vista que los cambios económicos, sociales y culturales han provocado, y lo siguen haciendo, modificaciones en la conducta y en los hábitos de los usuarios de los hoteles, que cada vez en mayor medida exigen, junto al tradicional hospedaje-manutención, una amplia gama de servicios y productos añadidos, por lo que actividades que no adquieren un peso relevante en la cifra total de ventas se transforman, a pesar de ello, en una oferta imprescindible para convertir en atractivo el establecimiento en su conjunto y, por tanto, para favorecer el desarrollo de su actividad fundamental.

Así, creemos que las circunstancias particulares de este tipo de empresas permiten y aconsejan la diferenciación realizada, sin olvidar además que los criterios sugeridos para evaluar la significación de los segmentos tratan fundamentalmente de reducir a un número razonable aquéllos en torno a los que se ofrece información, a lo que se añade que la arbitraria cifra fijada del 10% del volumen de ventas, de activos o de pérdidas y ganancias no deja de ser una convención cuyos resultados están todavía por evaluar (Gonzalo Angulo y Tua Pereda, 1988, p. 161), y que éstos no constituyen los únicos factores para la identificación de los segmentos a considerar desde el punto de vista informativo (I.A.S.C., 1981, párrafo 14).

Una vez caracterizados como significativos, para cada uno de los segmentos por áreas de actividad hotelera se deberá determinar la extensión de la información a proporcionar.

2.3.1. Contenido informativo por segmento

Las exigencias informativas por cada uno de los segmentos de actividad considerados materiales o significativos difieren entre los distintos pronunciamientos conta-

bles, al igual que el nivel de concreción de los criterios o procedimientos para obtener la información que debe ofrecerse.

En el caso particular de la regulación española, sólo se exige indicar desagregado el importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias de la empresa, cuyo concepto se establece igualmente en nuestra legislación (artículo 191 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, Real Decreto Legislativo 1564/1989, y 9ª norma de elaboración de las cuentas anuales, cuarta parte del Plan General de Contabilidad).

Sin embargo, entendemos que con el desglose de esta partida se alcanza muy limitadamente el objetivo genérico con el que nace la información segmentada, que, como se mencionó, persigue facilitar datos a los distintos grupos de interés sobre tamaño relativo, contribución al resultado y tendencia al crecimiento de, en este caso, los distintos sectores de actividad desarrollados por el hotel.

Conocer las tasas de rentabilidad, los riesgos de las inversiones y las posibilidades futuras de cada uno de los segmentos, precisa disponer de una información más amplia de la concerniente a la distribución de la cifra de negocios. Por ello trataremos, desde nuestra perspectiva, de delimitar el contenido de los informes segmentados para dotarlos de una mayor utilidad.

No obstante lo anterior, teniendo presente que en nuestra normativa la mención a la información por segmentos se realiza al fijar el contenido de la memoria, creemos oportuno insistir en que por “medio de la información segmentada no se pretende transmitir la impresión de que tales segmentos pueden considerarse como empresas independientes” (I.A.S.C., 1981, párrafo 6), sino que se trata de la desagregación de la información contenida en las cuentas anuales formuladas por el hotel, con cuyas cifras debe existir finalmente coincidencia, y que, por tanto, debe obtenerse partiendo de los mismos principios y normas de contabilidad aplicadas para la elaboración de éstas.

De otro lado, debemos ser conscientes de que no será factible, ni operativo, intentar desglosar la totalidad de los epígrafes que componen el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias del establecimiento hotelero. La separación que perseguimos se limita a las principales partidas y no está exenta de dificultades ni libre de juicios de valor. Por último, hay que volver a repetir, en tanto no se modifique la regulación aplicable, que la información segmentada que se propone formular sobre los mínimos exigidos, sólo será difundida a los usuarios externos si así lo decide voluntariamente la dirección del hotel, quedando en caso contrario para uso interno.

Sobre la base de todo lo anterior, estimamos que el contenido de la información que debe presentarse para cada una de las áreas de actividad hotelera identificada como segmento es el siguiente:

- Importe neto de la cifra de negocios.
- Excedente neto de explotación.
- Activos atribuibles.

2.3.1.1. *Importe neto de la cifra de negocios*

En la cuarta parte del Plan General de Contabilidad, norma de elaboración de las cuentas anuales número nueve, se indica que el "importe neto de la cifra de negocios se determinará deduciendo del importe de las ventas de los productos y de las prestaciones de servicios, correspondientes a las actividades ordinarias de la empresa, el importe de las bonificaciones y demás reducciones sobre las ventas y el del impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos directamente relacionados con las mismas"³.

En lo que ahora nos ocupa, como componentes positivos de la cifra de negocios se habrán de considerar los ingresos derivados de la circulación de bienes y servicios objeto del tráfico habitual o típico del establecimiento hotelero, es decir, los que obtiene con carácter periódico y corresponden a las ventas y prestaciones de servicios originados por el desarrollo de las multiactividades ordinarias del hotel, entendidas como aquellas que realiza regularmente.

Juzgamos que las distintas operaciones del hotel asignadas a cada uno de los segmentos diferenciados, proporcionan unos ingresos que, en su generalidad, deberán considerarse para establecer el importe de la cifra de negocios desagregada, dado que en todos los casos se trata de actividades propias de su ciclo económico que se realizan de forma regular y ordinaria, aunque si bien es cierto que con distinta importancia relativa desde el punto de vista de su participación en el montante anual de ventas⁴.

Esta última apreciación nos permitiría distinguir entre segmentos de actividad de primer orden, entre los que se incluirían aquellos que integran las actividades principales del cometido del hotel, es decir, el servicio de alojamiento y los servicios de restauración, y segmentos de actividad de segundo orden, que englobarían los servicios generales a los clientes y las operaciones accesorias a la explotación principal. Los ingresos originados en estos segmentos darían lugar, respectivamente, a la cifra de negocios segmentada primaria y secundaria⁵ (cuadro 2.1.).

Para facilitar la información relativa a la cifra de negocios por segmentos de actividad hotelera, proponemos los formatos que se incluyen en las páginas siguientes.

El modelo 2.1. exige un mayor detalle, al incorporar una columna en la que deben especificarse los dígitos de las cuentas o subcuentas que representan cada una de las

3 Con objeto de delimitar y precisar algunos de los conceptos incluidos en la definición ofrecida, se publicó la Resolución de 16 de mayo de 1991, del Presidente del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se fijan criterios generales para determinar el importe "neto de la cifra de negocios" (ICAC, 1991).

4 Así pues, de acuerdo con la Resolución del ICAC (1991), estaría justificado computar en la cifra anual de negocios del segmento correspondiente los ingresos por comisiones que perciba el hotel al realizar actividades por cuenta de otra u otras empresas, dado que estimaremos que los servicios de esta naturaleza se prestan de forma ordinaria y no con carácter accidental. Por igual razón se incluirán los ingresos por arrendamientos de locales y zonas comerciales.

5 El empleo de estos términos no debe dar lugar a confusión. Al tratarse de una diferenciación de la cifra de negocios, en ambos casos se hace referencia a cifras obtenidas de forma habitual, regular, periódica y con origen en operaciones de la explotación (venta de productos y/o prestaciones de servicios), aunque con una contribución dispar al volumen total de ingresos generado por el hotel.

Cuadro 2.1.

SEGMENTOS POR ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA		
Segmentos de primer orden	Servicio de alojamiento	Cifra de negocios neta segmentada primaria
	Servicios de comidas y bebidas	
Segmentos de segundo orden	Otros servicios generales a los clientes	Cifra de negocios neta segmentada secundaria
	Actividades accesorias a la explotación principal	

magnitudes que conforman los diferentes epígrafes. Una vez quede definido a partir del cuadro de cuentas concreto que adopte el hotel, en los sucesivos ejercicios económicos podría utilizarse para obtener los datos por segmentos, que finalmente se mostrarían a los usuarios externos en el segundo esquema que ofrecemos (modelo 2.2.), integrado como parte de la memoria del establecimiento hotelero.

2.3.1.2. Excedente neto de explotación

La estructura del modelo de cuenta de pérdidas y ganancias incluido en el Plan General de Contabilidad, nos permite no sólo cuantificar el importe total del resultado obtenido por la empresa en el ejercicio económico, sino también conocer los distintos resultados parciales generados, al distinguir entre los de explotación, los financieros, los extraordinarios y el total de los resultados periódicos antes de impuestos y una vez deducidos éstos⁶.

Partiendo del esquema de dicha cuenta, trataremos de determinar un modelo que represente y exprese el resultado de cada uno de los segmentos por áreas de actividad hotelera y su proceso de formación, sin olvidar que finalmente debe producirse una conciliación entre la totalidad de los datos segmentados y los importes globales que sirvieron de origen para realizar la desagregación.

Como es común en la mayoría de las normas publicadas, el desglose por segmentos que se propone está limitado al resultado denominado de la explotación. No se considera, por tanto, el resultado de naturaleza financiera ni el de carácter extraordinario.

6 Aunque no constituye objeto de nuestro trabajo, nos parece conveniente resaltar que el contenido atribuido a cada uno de los resultados discriminados en el Plan General de Contabilidad no coincide en todos los casos con el asignado por una parte de la doctrina con amplio reconocimiento.

En general se acepta que con el concepto de resultado de la explotación se hace mención al derivado de la finalidad principal de la empresa, produciéndose por tanto de forma regular y habitual. Los resultados originados por el desarrollo de otras actividades de carácter accesorio o secundario, aunque igualmente realizadas de modo ordinario y regular, constituyen los denominados resultados ajenos a la explotación. Por último, los resultados extraordinarios surgen, como indica su denominación, de forma irregular y ocasional.

En contra de esta distinción, en la cuenta de pérdidas y ganancias contenida en el Plan General de Contabilidad, los resultados ajenos a la explotación que no tienen naturaleza financiera se clasifican junto a los resultados de la explotación, de lo que deriva que ni éstos ni los denominados financieros en nuestra regulación coincidan, respectivamente, con los calificados como de la explotación y ajenos a la explotación por los tratadistas contables.

Modelo 2.1.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA					
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS					
N° cuenta	SEGMENTOS	19X1	19X0	TOTAL	
				19X1	19X0
	Servicio de alojamiento				
	Servicios de comidas y bebidas				
	Cifra de negocios neta segmentada primaria				
	Otros servicios generales a los clientes				
	Actividades accesorias a la explotación principal				
	Cifra de negocios neta segmentada secundaria				
	Importe neto total de la cifra de negocios				

Modelo 2.2.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA										
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS										
	SEGMENTOS								TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Cifra de negocios neta segmentada primaria										
Cifra de negocios neta segmentada secundaria										
Importe neto total de la cifra de negocios										

Sin ninguna duda, el interés primordial en segmentar la información contable relativa al resultado de la explotación es consecuencia de su especial significación, tanto cuantitativa como cualitativa, en el desarrollo de la actividad empresarial. Constituye la razón de ser fundamental de la unidad económica, lo que junto a su regularidad le convierte en el concepto esencial que puede permitir evaluar más correctamente la eficiencia en la gestión de las operaciones propias del hotel, dado que se excluyen aquellas circunstancias no derivadas de su actividad operativa, sino de su estructura financiera, o que se caracterizan por su ocurrencia esporádica y no controlable.

Intentar determinar el resultado atribuible a la actividad directa de cada segmento, y consiguientemente su participación en el resultado de la explotación global del hotel, exige realizar algunas precisiones y adoptar ciertas decisiones no siempre exentas de subjetividad.

El denominado excedente neto de explotación del segmento se obtiene por la contraposición de los ingresos y gastos periódicos de esa naturaleza atribuibles al mismo.

Entre las magnitudes atribuibles al segmento se han de considerar tanto los ingresos y gastos que le son directamente asignables como aquella parte de los comunes a varios segmentos que le pueden ser imputados sobre una base razonable.

Lo anterior requiere, aun resultando en algunos casos altamente problemático, que en la clasificación original por naturaleza de los gastos e ingresos del hotel se determine para cada uno de ellos, según resulte procedente, su carácter inequívocamente directo a un segmento de actividad, su calificación como común a varios segmentos o su tratamiento como gastos e ingresos generales de la explotación no vinculados a los segmentos.

En particular, la obtención de los ingresos totales del segmento puede obligar a añadir a su cifra de negocios otros componentes positivos de la explotación que le sean atribuibles, en su totalidad o en parte, y que no fueron considerados al cuantificar aquélla por no derivarse de ventas efectuadas, de arrendamientos o de comisiones percibidas (así, entre otros conceptos podemos citar las variaciones de existencias de productos acabados y/o en curso, los trabajos realizados para su inmovilizado u otros ingresos de explotación no regulares, como los ingresos accesorios y otros de gestión corriente o el exceso de provisiones para riesgos y gastos).

Por lo que se refiere a la identificación y distribución de los gastos comunes, con seguridad en muchas ocasiones un punto de referencia válido lo pueden constituir las bases utilizadas para clasificar, localizar y repartir los costes a efectos de elaborar la información para uso interno. Sin embargo, su inexistencia en muchas ocasiones, así como procedimientos y objetivos no coincidentes con los que persigue la preparación de la información segmentada, puede suponer la necesidad de establecer o adaptar las reglas que permitan el reconocimiento y/o la separación de los gastos entre los segmentos (en este caso no se trata de evaluar la relación entre el consumo exacto de cada factor de producción individual y el servicio o producto obtenido, ni de una asignación de magnitudes a medida que se desarrolla el proceso productivo, sino de su identificación con áreas de actividad y del desglose de cantidades agregadas correspondientes al ejercicio económico).

En la adaptación del cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad que sugeriremos posteriormente, trataremos de detallar en las cuentas de gestión, a través del oportuno desglose, el carácter de cada partida como propia de un segmento, común a varios o general de la actividad, aunque finalmente esa consideración, y las pautas específicas para efectuar el reparto de aquellas magnitudes que lo exijan, estará supeditada a las particularidades de cada establecimiento hotelero individual y a la bondad de su sistema informativo.

Para realizar los cálculos que permitan la asignación de las magnitudes comunes entre los diversos segmentos se puede utilizar como soporte una tabla bidimensional, en la que se discrimine de forma clara la información que se habrá de trasladar a la cuenta de resultados desagregada.

La estructura de los modelos que se adopten podría responder, para los ingresos (modelo 2.3.) y para los gastos (modelo 2.4.), a los esquemas de las páginas siguientes, en donde los distintos conceptos cabría reflejarlos clasificados por naturaleza o agrupados atendiendo a la utilización de una misma base para efectuar su reparto entre los distintos segmentos de actividad.

Por otra parte, junto al cálculo del excedente neto de explotación del segmento, y previamente a ello, la diferenciación de las tipologías mencionadas de ingresos y gastos también nos posibilita la determinación del que denominamos excedente bruto de explotación del segmento.

El excedente bruto de explotación se cuantificará por contraposición de las magnitudes ingresos y gastos totales de explotación directamente asignables al segmento, por lo que será ajeno a distribuciones más o menos relativas de partidas comunes.

De una forma sintética, todo lo anterior podríamos presentarlo en el esquema siguiente:

Cuadro 2.2.

EXCEDENTE NETO DE EXPLOTACIÓN SEGMENTADO	
+	Cifra de negocios neta segmentada o ventas netas del segmento
+	Otros ingresos de explotación directamente asignables o propios
=	Ingresos totales de explotación directamente asignables o propios
-	Gastos totales de explotación directamente asignables o propios
=	Excedente bruto de explotación del segmento
+	Ingresos totales de explotación comunes asignados
-	Gastos totales de explotación comunes asignados
=	Excedente neto de explotación del segmento
Excedente neto total de explotación segmentado	
+	Ingresos generales de explotación no distribuidos (no asignables)
-	Gastos generales de explotación no distribuidos (no asignables)
=	Resultado total de explotación

Modelo 2.3.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA											
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES											
			SEGMENTOS								
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
	TOTAL										

Modelo 2.4.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA											
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES											
			SEGMENTOS								
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
	TOTAL										

En general, la información que se desprende de este modelo podría considerarse útil para apoyar la toma de decisiones, en tanto pone de relieve la capacidad que tiene cada segmento de actividad para contribuir al resultado de explotación generado por el hotel, revelando asimismo la importancia relativa de cada uno de ellos.

La conceptualización de distintos niveles en el resultado de la explotación por segmento, nos concedería además la posibilidad de establecer indicadores específicos de análisis contable aplicables a los establecimientos hoteleros, que relacionen ingresos por segmento con diversos márgenes de resultados, éstos con activos empleados o con recursos aportados, etc., lo que permitiría, en definitiva, conocer la rentabilidad del hotel, no sólo de forma global sino para cada una de las facetas de actividad delimitadas, al mismo tiempo que detectar sus oportunidades y/o riesgos.

Para cada uno de los segmentos por áreas de actividad, los datos referidos al excedente bruto y neto de explotación se podrían obtener a partir del modelo que figura en la página que sigue (modelo 2.5.), el cual incluye una columna para identificar las cuentas y subcuentas que habrían de considerarse en cada caso.

La información correspondiente a cada segmento, una vez preparada, podría ofrecerse en el formato que la resume (modelo 2.6.).

En todos estos esquemas hemos optado por la estructura de presentación en forma de lista para los conceptos de gastos e ingresos, completando en el modelo 2.7.⁷ las cifras de los excedentes de explotación desagregados con las que corresponden a las partidas generales de explotación no distribuidas y con los datos que definen los resultados financieros y extraordinarios globales, por otro lado coincidentes con las que se indican en la cuenta general de pérdidas y ganancias obligatoria, con el objetivo de mostrar también una visión de conjunto del resultado periódico empresarial.

7 Este modelo constituye la cuenta de pérdidas y ganancias y por su amplitud se extiende a dos páginas, aunque se trata de un único esquema.

Modelo 2.5.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA			
EXCEDENTE NETO DE EXPLOTACIÓN SEGMENTADO			
Nº cuenta		DENOMINACIÓN DEL SEGMENTO	
		19X1	19X0
	Importe neto de la cifra de negocios segmentada		
	+ Otros ingresos de explotación directamente asignables		
	= Ingresos totales de explotación directamente asignables		
	- Gastos totales de explotación directamente asignables		
	= Excedente bruto de explotación del segmento		
	+ Ingresos totales de explotación comunes asignados		
	- Gastos totales de explotación comunes asignados		
	= Excedente neto de explotación del segmento		

Modelo 2.6.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA										
EXCEDENTE NETO DE EXPLOTACIÓN SEGMENTADO										
	SEGMENTOS								TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Importe neto de la cifra de negocios										
+ Otros ingresos de explotación directamente asignables										
= Ingresos totales de explotación directamente asignables										
- Gastos totales de explotación directamente asignables										
= Excedente bruto de explotación										
+ Ingresos totales de explotación comunes asignados										
- Gastos totales de explotación comunes asignados										
= Excedente neto de explotación										

Modelo 2.7.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA										
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS										
	SEGMENTOS								TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Importe neto de la cifra de negocios										
+ Otros ingresos de explotación directamente asignables										
= Ingresos totales de explotación directamente asignables										
- Gastos totales de explotación directamente asignables										
= Excedente bruto de explotación										
+ Ingresos totales de explotación comunes asignados										
- Gastos totales de explotación comunes asignados										
= Excedente neto de explotación										

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA										
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS										
	SEGMENTOS								TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Excedente neto de explotación										
+ Ingresos generales de explotación no distribuidos (no asignables)										
- Gastos generales de explotación no distribuidos (no asignables)										
= Resultado total de explotación										
+ Ingresos financieros										
- Gastos financieros										
= Resultado de las actividades ordinarias										
+ Ingresos extraordinarios										
- Gastos extraordinarios										
= Resultado antes de impuestos										
- Impuesto sobre beneficios										
- Otros impuestos										
= Resultado del ejercicio										

2.3.1.3. Activos atribuibles

Como se señaló anteriormente, una de las posibilidades que ofrece la información desagregada es el análisis de la rentabilidad económica de cada uno de los segmentos, lo que exige relacionar el resultado obtenido con los recursos invertidos para generarlo, representados por los activos en que se han materializado.

Dado que el resultado calculado por segmento es el derivado de las operaciones de explotación, se han de considerar de igual manera sólo los activos que lo han originado, excluidos por tanto los que se puedan calificar como inversiones financieras del hotel en otras empresas. En definitiva, se habrán de tener en cuenta los activos de naturaleza económica y los activos de carácter financiero con origen en operaciones del tráfico.

Bajo las premisas señaladas, se clasificarán como activos atribuibles a un segmento de actividad hotelera aquellos que puedan ser identificados directamente con él, así como la porción de los activos compartidos por dos o más segmentos que le pueda ser asignada sobre una base razonable.

Los elementos figurarán por sus importes brutos, incorporando igualmente las correcciones valorativas que pongan de manifiesto las pérdidas reversibles o irreversibles experimentadas (provisiones y amortizaciones acumuladas).

Las aclaraciones ofrecidas con anterioridad, en cuanto a la distribución de las partidas comunes y su especificación a partir del desarrollo del cuadro de cuentas adaptado a los establecimientos hoteleros, así como en lo concerniente al reflejo de los cálculos para su reparto, son del mismo modo válidas en su aplicación a las magnitudes del activo que han de ser objeto de imputación a diversos segmentos.

En las siguientes páginas se incluyen las estructuras de los modelos que permitirían obtener y ofrecer los activos atribuibles por segmentos de actividad hotelera:

- El modelo 2.8. se podría utilizar para determinar la cuantía de los activos comunes asignables a cada segmento. Los elementos se reflejarían clasificados de menor a mayor disponibilidad o agrupados en virtud de la posibilidad de aplicarles una base de distribución común.
- El modelo 2.9., que incorpora una columna para especificar las cuentas y subcuentas que deberían incluirse en cada epígrafe, facilitaría la obtención de los activos atribuibles, por agregación de los activos directamente asignables y de los activos comunes asignados, a los segmentos "Servicio de alojamiento", "Servicios de comidas y bebidas", "Otros servicios generales a los clientes" y "Actividades accesorias a la explotación principal".
- El esquema del modelo 2.10., que sintetiza la información concerniente a los activos atribuibles a las áreas de actividad hotelera discriminadas, podría servir de soporte para comunicar estos datos a terceros interesados, siempre que la dirección del hotel así lo decida voluntariamente.

Modelo 2.8.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA											
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ACTIVOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES											
			SEGMENTOS								
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
	TOTAL										

Modelo 2.9.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA			
ACTIVOS ATRIBUIBLES			
Nº cuenta		DENOMINACIÓN DEL SEGMENTO	
		19X1	19X0
	ACTIVOS DIRECTAMENTE ASIGNABLES		
	Inmovilizado (1)		
	- Amortizaciones acumuladas y provisiones (2)		
	+ Circulante (3)		
	- Provisiones (4)		
	= Total activos directamente asignables		
	ACTIVOS COMUNES ASIGNADOS		
	Inmovilizado (5)		
	- Amortizaciones acumuladas y provisiones (6)		
	+ Circulante (7)		
	- Provisiones (8)		
	= Total activos comunes asignados		
	ACTIVOS ATRIBUIBLES		
	Inmovilizado (1+5)		
	- Amortizaciones acumuladas y provisiones (2+6)		
	+ Circulante (3+7)		
	- Provisiones (4+8)		
	= Total activos atribuibles		

Modelo 2.10.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA											
ACTIVOS ATRIBUIBLES											
		SEGMENTOS								TOTAL	
		Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		Actividades accesorias a la explotación principal			
		19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0		
(1)	Inmovilizado										
(2)	- Amortizaciones acumuladas y provisiones										
(3)	+ Circulante										
(4)	- Provisiones										
(A)	= Total activos directamente asignables										
(5)	Inmovilizado										
(6)	- Amortizaciones acumuladas y provisiones										
(7)	+ Circulante										
(8)	- Provisiones										
(B)	= Total activos comunes asignados										
(1+5)	Inmovilizado										
(2+6)	- Amortizaciones acumuladas y provisiones										
(3+7)	+ Circulante										
(4+8)	- Provisiones										
(C=A+B)	= Total activos atribuibles										
	Inmovilizado										
	- Amortizaciones acumuladas y provisiones										
	+ Circulante										
	- Provisiones										
(D)	= Total activos no distribuidos										
(C+D)	TOTAL ACTIVO										

2.4. Segmentos por mercados geográficos en las empresas hoteleras

Los segmentos por mercados geográficos, como ya pusimos de manifiesto, se establecen en función de las zonas territoriales en las que finalmente venden los bienes las unidades económicas.

Sin embargo, a diferencia de otras empresas de carácter industrial, comercial e incluso del sector terciario, los servicios y/o productos hoteleros se facilitan en el mismo lugar en el que está ubicado el establecimiento, existiendo por tanto una inmovilidad espacial de los bienes ofertados, lo que no impide que los clientes del hotel puedan tener un origen geográfico muy diverso.

Todo lo anterior requiere que para este tipo de empresas haya que adaptar el concepto de segmentos por mercados geográficos, que los definiremos como las áreas geográficas distinguibles de procedencia de los consumidores o usuarios de los bienes ofrecidos y/o servicios prestados en las instalaciones del establecimiento. Estas áreas pueden estar compuestas por un país o grupo de países individuales y se determinarán de acuerdo a las circunstancias particulares del hotel.

Considerando que entre los usuarios del establecimiento hotelero se cuentan tanto españoles como foráneos, debe diferenciarse como un segmento separado las operaciones realizadas con clientes nacionales, discriminando por otro lado las correspondientes a clientes extranjeros en países o bloques atendiendo a la importancia que representen en el total de la actividad del hotel, dado que la elevada concentración geográfica de los turistas que visitan nuestro país, con un origen fundamentalmente europeo en aproximadamente el 90% de los viajeros, implica que no sea procedente utilizar criterios que consideren la cercanía geográfica o las similitudes en el entorno económico, político o jurídico para delimitar los segmentos.

La trascendencia en términos cuantitativos, desde el punto de vista de la demanda, de los usuarios españoles, justifica sin ninguna duda su distinción, al menos, como un segmento individual. Por su parte, sobre la base de la información estadística existente del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros, y salvo que para hoteles concretos resultara procedente otra, planteamos la siguiente separación de las operaciones con clientes extranjeros, para lo que se ha tenido en cuenta el número de pernoctaciones efectuadas por los residentes en los distintos países emisores⁸:

- Alemania.
- Reino Unido.
- Benelux.
- Francia.
- Italia.
- Otros países de Europa.
- Otros países.

8 En el informe del sector hotelero en España (Federación Española de Hoteles, 1997, p. 18), junto a otras cifras referidas a países con menor importancia relativa, se indica la siguiente distribución de pernoctaciones por nacionalidades: españoles 36,8%, alemanes 21,9%, británicos 17,9%, Benelux 5,7%, franceses 4,2% e italianos 3,3%.

El grado de riesgo y las perspectivas de la empresa hotelera están condicionadas fundamentalmente por la gran elasticidad de la demanda que atienden a los cambios de las variables que le afectan, de ahí que la información disponible por este tipo de segmentación se convierta en útil al poner de manifiesto la dependencia de determinadas zonas y su trascendencia en la actividad de la empresa, permitiendo detectar dificultades para alcanzar un aceptable grado de ocupación ante cambios en las condiciones económicas generales de los países origen de su clientela mayoritaria (en concreto, en la demanda turística ejerce una influencia notable la renta disponible por turista, la evolución de los precios propios y/o con relación a nuestro país o las variaciones producidas en las paridades monetarias).

2.4.1. Contenido informativo por segmento

Por cada uno de los mercados geográficos discriminados se facilitará la información relativa a su participación en el importe neto de la cifra de negocios, tal como establecen las normas contables españolas, ante la imposibilidad real, por la complejidad de su obtención sobre la base de los datos que se desprenden de la Contabilidad Financiera, de aportar otros pormenores como los resultados o activos por segmentos.

La distribución del importe neto de la cifra de negocios por mercados geográficos no está exenta, tampoco, de dificultades. Desagregar las partidas asociadas a los servicios previamente contratados o los considerados extras cuando se prestan o crédito, con el consiguiente cargo en la factura de la habitación ocupada por el cliente que los utiliza, puede resultar factible a partir de un desarrollo conveniente de la lista de cuentas. Cuando no se dan estas circunstancias, resulta impracticable una asignación inequívoca de algunos ingresos que integran el volumen de la cifra de negocios a cada uno de los segmentos diferenciados, aunque podría intentarse un reparto no arbitrario a partir de las proporciones que se deduzcan de las estadísticas y series históricas elaboradas por el hotel. Su inexistencia o falta de fiabilidad aconsejarían presentar el montante de estos ingresos como cifra de negocios no asignable a los segmentos por mercados geográficos, de tal forma que se pueda realizar la conciliación con el importe neto total anual calculado para esta magnitud.

El modelo numerado como 2.11. ofrecerá el importe neto de la cifra de negocios asignable a cada uno de los segmentos por mercados geográficos que se han identificado, información que podría facilitarse de forma conjunta en el modelo 2.12., que exige además reflejar el importe de la cifra de negocios que no pudo imputarse entre los segmentos y que presenta, finalmente, el importe neto total de la cifra de negocios del establecimiento hotelero, coincidente por otro lado con la que debe declarar en la cuenta de pérdidas y ganancias de elaboración obligatoria.

Modelo 2.11.

MERCADOS GEOGRÁFICOS			
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS			
N° cuenta		DENOMINACIÓN DEL SEGMENTO	
		19X1	19X0
	Alojamiento		
	Comidas y bebidas		
	Otros servicios generales		
	Actividades accesorias		
	Importe neto de la cifra de negocios asignable		

Modelo 2.12.

MERCADOS GEOGRÁFICOS																		
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS																		
	SEGMENTOS																TOTAL	
	España		Alemania		Reino Unido		Benelux		Francia		Italia		Otros países de Europa		Otros países			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Alojamiento																		
Comidas y bebidas																		
Otros servicios generales																		
Actividades accesorias																		
Importe neto de la cifra de negocios asignable																		
Importe neto de la cifra de negocios no asignable																		
Importe neto total de la cifra de negocios																		

2.5. Segmentos por tipos de clientes del establecimiento hotelero

En el caso de los establecimientos hoteleros la diferenciación de los clientes la efectuaremos basándonos en las características de los canales que se utilizaron para contratar los servicios.

Así, atendiendo a los sistemas a través de los que se realizaron las reservas, distinguiremos los siguientes segmentos por tipos de clientes:

- Reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- Reservas directas al hotel de clientes particulares en grupos.
- Reservas de agencias de viajes nacionales.
- Reservas de tour-operadores extranjeros.
- Reservas de empresas.
- Otros sistemas de reservas.

2.5.1. Contenido informativo por segmento

Al igual que en el supuesto anterior, y con las precisiones asimismo realizadas, se facilitará el volumen del importe neto de la cifra de negocios asignable a cada segmento identificado por tipo de clientes.

En función de los procedimientos por los que se realicen las ventas, las tarifas aplicadas, básicamente por el servicio de alojamiento y por pensiones alimenticias contratadas, pueden diferir, de ahí el interés en conocer la importancia relativa que representa cada una de las modalidades de reservas en relación con el total facturado, ya que puede ayudar a decidir tanto aquellas que deben potenciarse o intentar reducirse, modificando o mejorando su gestión, como a establecer aspectos claves de la política de precios y de promoción del producto hotelero.

El importe neto de la cifra de negocios correspondiente a cada uno de los segmentos por tipos de clientes se podría obtener a partir del modelo 2.13.. En el formato del modelo 2.14. se recopila toda la información anterior, debiendo añadirse asimismo el importe de la cifra de negocios no asignable a los segmentos por tipos de clientes, cuya agregación con el importe efectivamente distribuido de esta magnitud expresará el importe neto total de la cifra de negocios obtenida por el hotel.

Modelo 2.13.

TIPOS DE CLIENTES			
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS			
Nº cuenta		DENOMINACIÓN DEL SEGMENTO	
		19X1	19X0
	Alojamiento		
	Comidas y bebidas		
	Otros servicios generales		
	Actividades accesorias		
	Importe neto de la cifra de negocios asignable		

Modelo 2.14.

TIPOS DE CLIENTES														
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS														
	SEGMENTOS												TOTAL	
	Reservas directas al hotel de clientes particulares individuales		Reservas directas al hotel de clientes particulares en grupos		Reservas de agencias de viajes nacionales		Reservas de tour-operadores extranjeros		Reservas de empresas		Otros sistemas de reservas			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Alojamiento														
Comidas y bebidas														
Otros servicios generales														
Actividades accesorias														
Importe neto de la cifra de negocios asignable														
Importe neto de la cifra de negocios no asignable														
Importe neto total de la cifra de negocios														

2.6. Ubicación de la información por segmentos

Las cifras segmentadas que obligatoriamente han de presentar las empresas españolas deben incorporarse como una nota explicativa de las cuentas anuales, en concreto como contenido de la memoria normal. Otra información relacionada que se juzgue adecuada⁹ y los datos que voluntariamente decidan publicar los hoteles, podrá añadirse a los anteriores u ofrecerse de forma separada (en un anexo, como parte de la memoria de actividades que optativamente elabore la empresa o integrados en el informe de gestión que necesariamente deben formular las sociedades).

La información que se revele por imposición legal, así como la que facultativamente incluyan estas empresas en el modelo extendido de memoria o en el informe de gestión, se someterá a revisión por auditores de cuentas¹⁰.

La verificación de los estados contables por expertos independientes, cuando el informe emitido es favorable, dotará a la información económico-contable, incluida la segmentada, de un mayor grado de fiabilidad y garantía para los diversos usuarios, disipando dudas sobre su falta de objetividad con relación a la realidad a la que simboliza.

2.7. Cuadro de cuentas adaptado a las empresas hoteleras

Ya tuvimos ocasión de indicar con anterioridad, que entre las razones esgrimidas como inconvenientes atribuibles a la información segmentada, se señala la que se fundamenta en las dificultades y en el coste adicional que para la empresa implica su obtención y preparación.

Para neutralizar, o al menos moderar, este argumento en el caso concreto de las empresas hoteleras, hemos elaborado una propuesta de adaptación del cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad a la problemática particular de los hoteles.

Las características distintivas y la naturaleza de las actividades del sector hotelero, unido a su importancia para el desarrollo del turismo, y consiguientemente para el crecimiento de nuestra economía, evidenciada en el número de empresas que lo componen, volumen de producción, nivel de empleo, participación en el Producto Interior Bruto español, etc., estimamos que justifican, por sí mismas, la oportunidad de plantear una adecuación del Plan General de Contabilidad a sus operaciones específicas, amoldando la nomenclatura, terminología y contenido de las cuentas a las singularidades del proceso que realizan, lo que ha exigido un estudio detallado de su

9 Se reconoce que la claridad y las posibilidades de interpretar los informes segmentados, y consecuentemente su utilidad, aumentan cuando se acompañan, al menos, de una indicación general de los principios básicos utilizados para su elaboración. Aceptando que pueden diferir entre los hoteles, en nuestro caso sería conveniente ofrecer una descripción de las principales operaciones que integran cada área de actividad, de los criterios para seleccionar los mercados geográficos o para establecer los tipos de clientes y de las "bases razonables" para distribuir, o para no hacerlo, las partidas comunes, así como una explicación de las modificaciones que se produzcan en las prácticas contables que se venían aplicando.

10 Las cuentas anuales y el informe de gestión deberán ser revisados por auditores de cuentas. Se exceptúa de esta obligación a las sociedades que puedan presentar balance abreviado (artículo 203 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, Real Decreto Legislativo 1564/1989).

casuística y del conjunto de hechos económicos que le son propios. El texto que presentaremos debe posibilitar, desde el punto de vista técnico, tanto registrar las transacciones que efectúan los hoteles, derivadas de su relación con el conjunto de agentes económicos que definen el denominado mundo económico externo, como formular al final del ejercicio económico las cuentas anuales obligatorias que facilitan su información económico-financiera a los usuarios externos.

Además de lo anterior, la adaptación que se formula, para dar cumplimiento al objetivo principal fijado, no está limitada exclusivamente a un ajuste de las cuentas incorporadas en el Plan General de 1990 a las peculiaridades de los establecimientos hoteleros. Junto a ello, y considerando el proceso productivo que desarrollan, diverso y complejo, el texto también debe permitir elaborar información contable desagregada relativa a aquellos segmentos por áreas de actividad, mercados geográficos y tipos de clientes que hemos identificado como significativos en las empresas hoteleras, incluso más allá de los requerimientos actuales de la normativa contable española.

El cuadro de cuentas adaptado a los establecimientos hoteleros tiene como base la estructura del incluido en el Plan General de Contabilidad español de 1990 y contiene los grupos, subgrupos, cuentas y subcuentas precisas para reflejar contablemente las operaciones que realizan los hoteles, lo que ha requerido introducir cuentas específicas y modificar otras. En general no se han eliminado cuentas habilitadas en el Plan General de Contabilidad, aunque en principio estén previstas para registrar hechos económicos que sólo acaecerán excepcionalmente en las empresas hoteleras, de forma que puedan ser utilizadas cuando circunstancias concretas así lo exijan.

En nuestras normas contables el cuadro de cuentas es de aplicación facultativa por parte de las empresas, por tanto no son exigibles ni la numeración ni la denominación de las cuentas que hemos incorporado, que siempre pueden ser adecuadas a necesidades particulares. A pesar de ello hemos respetado el sistema de clasificación decimal seguido en el Plan General de Contabilidad y hemos intentado usar títulos que por sí mismos describan, en la medida de lo posible, el contenido de las cuentas, con la intención de facilitar la formulación de las cuentas anuales, cuya estructura y normas de elaboración y presentación sí tienen carácter de obligada observancia.

El desglose de cuentas efectuado estimamos que tiene la amplitud suficiente para permitir la captación de las problemáticas típicas originadas por la actividad de una gran parte de las empresas hoteleras, lo que previsiblemente no habrá evitado la existencia de algunas lagunas, difíciles por otro lado de soslayar dada la extensa y variada casuística a que puede dar lugar, por ejemplo, la actuación de hoteles especializados que ofrezcan servicios y productos diferenciados dirigidos a atender la demanda de un tipo determinado de usuarios.

De otra parte, la estructura seguida para realizar la desagregación de las cuentas se ha concebido de tal forma que otorga a la dirección de cada hotel la posibilidad de decidir el nivel de desarrollo que desee incorporar a su plan de cuentas particular, atendiendo a sus características propias, al grado de detalle con el que quiere contabilizar las operaciones o al contenido de la información que se precisa obtener, bien para uso interno o bien para suministrar a los agentes económicos externos interesados en ella.

Para la mejor comprensión y seguimiento del cuadro de cuentas que presentamos nos parece oportuno realizar las siguientes aclaraciones:

1. Con letra **negrita** diferenciamos las cuentas que no figuran en el cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad pero que han sido introducidas por alguna Resolución del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas o de su Presidente.
2. Con letra ***cursiva negrita*** distinguimos las cuentas nuevas que hemos creado, así como las que estando abiertas previamente en el Plan General de Contabilidad han variado en su numeración y/o denominación.

Debemos indicar, que entre las cuentas creadas se incluyen tanto las específicas para los hoteles como aquellas que sin serlo se ha juzgado adecuado incorporar porque, aunque no estén recogidas explícitamente en el Plan General español, aclaran algunas operaciones comunes a muchas empresas.

3. Se ha empleado un sistema de asignación de dígitos a las cuentas que favorezca a los hoteles no sólo el proceso de elaboración de las cuentas anuales obligatorias, sino igualmente la labor de cumplimentar los documentos que sirvan de soporte para obtener los datos segmentados.

Como consecuencia de lo anterior, algunas cuentas se identifican con dos bloques de dígitos. El primero se asignará atendiendo a la situación de la cuenta en un grupo o subgrupo determinado y estará formado, cuando se alcance el mayor grado de desarrollo, por ocho cifras. Las ocho cifras que definen este primer bloque de codificación indicarán los niveles en que se estructuran las cuentas, debiendo considerarse el siguiente orden¹¹:

xxx	Tres dígitos para las cuentas de primer nivel.
xxxx	Cuatro dígitos para las cuentas de segundo nivel.
xxxxx	Cinco dígitos para las cuentas de tercer nivel.
xxxxxx	Seis dígitos para las cuentas de cuarto nivel.
xxxxxxx	Siete dígitos para las cuentas de quinto nivel.
xxxxxxx	Ocho dígitos para las cuentas de sexto nivel.

La segunda agrupación de dígitos, que denominamos de control, se añade sólo a aquellas cuentas que son representativas de partidas que se habrán de considerar si se desea obtener el contenido informativo que con anterioridad estimamos adecuado presentar por cada uno de los segmentos por áreas de

¹¹ Una posible aplicación informática de esta adaptación podría exigir que todas las cuentas que la componen tengan el mismo grado de desglose, es decir, tres, cuatro, cinco, seis, siete y ocho dígitos. Sin embargo, el listado que ofreceremos no se presenta de esa forma, por lo que se debería asumir que cuando se incluyen cuentas que se desarrollan en menos dígitos, el resto, hasta alcanzar ocho, son ceros.

De otra parte, en esa hipotética aplicación informática sería imprescindible reservar un mayor número de dígitos para cada uno de los niveles, de forma que admitan una desagregación concreta en virtud de las necesidades individuales de los usuarios.

actividad, mercados geográficos o tipos de clientes de las empresas hoteleras. En aquellas cuentas en las que se incorpora, este segundo bloque de codificación estará compuesto como máximo por tres dígitos¹², con el significado que indicamos a continuación para cada uno de ellos:

- **Primer dígito:** Señala el carácter de una partida como general de la actividad hotelera, común a varios segmentos de actividad o propia de un segmento de actividad concreto. Los distintos valores que puede tomar expresan lo siguiente:
 - 0: Partida general no asignable o distribuible entre los segmentos de actividad hotelera. Una magnitud se calificará así cuando por su propia naturaleza o importancia relativa no se considere adecuada su imputación entre las distintas áreas de actividad. Igualmente, cuando reconociéndose la oportunidad de su distribución no sea posible fijar una base razonable para hacerlo.
 - 1: Partida común a varios segmentos de actividad hotelera. Tendrá este carácter cuando se entienda que debe distribuirse entre varios segmentos y sea factible hacerlo. También se clasificará así cuando se desglose en otras partidas varias, las cuales unas pueden atribuirse directamente a segmentos, otras clasificarse como generales no distribuibles y otras incluso como comunes, o alguna combinación de estas tres posibilidades.
 - 2: Partida directamente asignable al segmento de actividad "Servicio de alojamiento".
 - 3: Partida directamente asignable al segmento de actividad "Servicios de comidas y bebidas".
 - 4: Partida directamente asignable al segmento de actividad "Otros servicios generales a los clientes".
 - 5: Partida directamente asignable al segmento de actividad "Actividades accesorias a la explotación principal".
- **Segundo dígito:** Está asociado a los segmentos por tipos de clientes del establecimiento hotelero, para cada uno de los cuales se tratará de determinar la cifra de negocios segmentada. Los valores que toma indican lo siguiente:
 - 0: Partida no asignable o distribuible entre los segmentos por tipos de clientes. Una partida tendrá esta consideración porque no se encuentre una base razonable y lógica para su distribución entre este tipo de segmentos.
 - 1: Partida común a varios segmentos por tipos de clientes del establecimiento hotelero.
 - 2: Partida directamente asignable al segmento "Reservas directas al hotel de clientes particulares individuales".

¹² Al igual que señalamos con anterioridad, en la supuesta adaptación informática, aquellas cuentas que incluyan el segundo grupo de dígitos y sólo esté compuesto por una cifra, debería entenderse que el resto, hasta tres, son ceros.

- 3: Partida directamente asignable al segmento "Reservas directas al hotel de clientes particulares en grupos".
 - 4: Partida directamente asignable al segmento "Reservas de agencias de viajes nacionales".
 - 5: Partida directamente asignable al segmento "Reservas de tour-operadores extranjeros".
 - 6: Partida directamente asignable al segmento "Reservas de empresas".
 - 7: Partida directamente asignable al segmento "Otros sistemas de reservas".
- **Tercer dígito:** Está vinculado a los segmentos por mercados geográficos de las empresas hoteleras, para los cuales se ofrecerá, igualmente, su cifra de negocios segmentada. Los valores que toma este tercer dígito significan lo indicado a continuación:
- 0: Partida no asignable o distribuible entre los segmentos por mercados geográficos porque no sea factible establecer una base razonable para su desglose.
 - 1: Partida común a varios segmentos geográficos del establecimiento hotelero.
 - 2: Partida directamente asignable al segmento geográfico "España".
 - 3: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Alemania".
 - 4: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Reino Unido".
 - 5: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Benelux".
 - 6: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Francia".
 - 7: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Italia".
 - 8: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Otros países de Europa".
 - 9: Partida directamente asignable al segmento geográfico "Otros países".
4. En virtud de lo anterior, con relación a la codificación de una cuenta, tal como mostraremos la adaptación, nos podemos encontrar con las siguientes posibilidades:
- No contiene el segundo bloque de dígitos (dígitos de control): se trata de una partida que no se incluye entre el contenido informativo que se ha de presentar segmentado.
 - El bloque de control está compuesto sólo por un dígito: se trata de una partida que se desagrega, si es posible, exclusivamente por segmentos de actividad hotelera.
 - El segundo bloque de codificación está formado por tres dígitos: se trata de una partida que se segmenta, si es factible, por áreas de actividad, por tipos de clientes y por mercados geográficos de la empresa hotelera.
5. Así pues, si lo tomamos como ejemplo, el código concreto asignado a una hipotética cuenta que se presente desarrollada hasta su último nivel, debe interpretarse de la siguiente forma:

12345678.342. Nombre de la cuenta

- Primer bloque de dígitos:

- 1** Dígito atribuido atendiendo al grupo al que pertenece.
- 2** Dígito asignado en función del subgrupo al que corresponde.
- 3** Dígito establecido en virtud de su desarrollo en un primer nivel.
- 4** Dígito fijado al desglosarse en un segundo nivel.
- 5** Dígito señalado al desarrollarse en un tercer nivel.
- 6** Dígito otorgado al desglosarse en un cuarto nivel.
- 7** Dígito adjudicado al desarrollarse en un quinto nivel.
- 8** Dígito concedido al desglosarse en un sexto nivel.

- Segundo bloque de dígitos (bloque de control):

- 3** Partida a incluir en la información del segmento de actividad "Servicios de comidas y bebidas".
- 4** Partida a considerar en la información del segmento tipo de clientes "Reservas de agencias de viajes nacionales".
- 2** Partida contenida en la información del segmento geográfico "España".

De acuerdo con lo expuesto, creemos que la adopción del cuadro de cuentas y del sistema de codificación planteado, resuelve en gran medida muchas de las dificultades a las que deben hacer frente los establecimientos hoteleros para obtener, preparar y difundir tanto la información contable segmentada que obligatoriamente han de publicar, como aquella otra que igualmente hemos estimado que sería útil formular, bien para facilitar a terceros, bien para uso interno.

Si aceptamos el modelo sugerido, para calcular, por ejemplo, el importe neto de la cifra de negocios correspondiente al segmento por tipo de clientes "Reservas de empresas", bastaría con agregar los saldos de aquellas cuentas del grupo 7 en las que el segundo dígito del bloque de control toma un valor de 6. Conocer la cifra de negocios generada por los viajeros británicos, exigiría sólo sumar los saldos de las cuentas del grupo de ingresos que incluyen en su codificación un 4 como tercer dígito del bloque de control. Disponer de información relativa al segmento de actividad "Servicio de alojamiento", requeriría tomar en consideración las cuentas que incorporan un 2 como primer dígito del bloque de control.

Por último, debemos señalar que, dada su extensión, la propuesta de adaptación del cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad de 1990 a las empresas hoteleras la presentamos en su totalidad en el anexo I. Además, junto a lo que constituye estrictamente el cuadro de cuentas, aunque rigurosamente no puedan calificarse como definiciones y relaciones contables, se indican a pie de página, cuando proceda, las justificaciones de algunas modificaciones introducidas, así como el contenido, las características más destacadas y los movimientos más generales de algunas cuentas peculiares.

Para finalizar, y tratando de sintetizar todo lo antedicho, quisiéramos poner de manifiesto que el cuadro de cuentas que ofrecemos se ha diseñado con el objetivo de permitir la captación de las transacciones que efectúan los hoteles con los distintos agentes económicos con los que se relaciona. Se ofrece como un texto único, aunque contempla, queremos pensar que de una forma armónica y coherente, las diversas actividades y operaciones que concurren en el proceso productivo hotelero, por lo que incluye las especificaciones que se han estimado necesarias para establecer los datos contables segmentados asociados a cada una de ellas. Se ha elaborado con la aspiración de poner a disposición de las empresas hoteleras un texto técnicamente preparado, cuya aplicación sea útil para su propia gestión y para servir de soporte en la elaboración de una información contable externa enriquecida, que responda debidamente a las demandas de la pluralidad de usuarios a los que se revela.

Bibliografía consultada

- ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (A.S.C.) (1990): *Segmental Reporting*, Statement of Standard Accounting Practice nº 25 (S.S.A.P. 25), Londres, Ed. A.S.C.
- AMAT SALAS, O. (1992): *Contabilidad y finanzas de hoteles*, Barcelona, Ed. Gestión 2000, S.A. (Colección Eada Gestión).
- ARANDA HIPÓLITO, A. (1994): *Gestión técnico-económica de hoteles*, Madrid, Ed. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. (Colección de Estudios Turísticos).
- BABÍO ARCAJ, M^a. R. (1991): *La mejora de la información de las empresas diversificadas: Los estados contables segmentados*, Madrid, Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Ministerio de Economía y Hacienda.
- BABÍO ARCAJ, M^a. R. (1992c): "Un campo abierto para las recomendaciones de un organismo profesional: la información segmentada", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, nº 72, julio-septiembre, pp. 591-608.
- BOARDMAN, R. D. (1994): *Hotel and catering accounts*, Oxford, Ed. Butterworth-Heinemann.
- CERRA, J. y otros (1992): *Gestión de producción de alojamientos y restauración*, Madrid, Ed. Síntesis (Colección Gestión Turística).
- COLTMAN, M. M. (1994): *Hospitality management accounting*, 5ª ed., Nueva York, Ed. Van Nostrand Reinhold.
- CORROTO TEJERO, M. I.; M. A. BERNARDO VILLENA y D. T. ALBADALEJO SAMPER (1996): "Contabilidad de Costes en empresas hoteleras", *Partida doble*, nº 66, abril, pp. 80-88.
- COTE, R. (1991a): *Understanding hospitality accounting I*, 2ª ed., Michigan, Ed. Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- COTE, R. (1991b): *Understanding hospitality accounting II*, 2ª ed., Michigan, Ed. Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- EDUCATIONAL INSTITUTE OF THE AMERICAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION (1987): *Uniform System of Accounts and Expense Dictionary for Small Hotels, Motels, and Motor Hotels*, Fourth Edition, Michigan, Ed. Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- FAY, C. T.; R. C. RHOADS y R. L. ROSENBLATT (1976): *Managerial accounting for the hospitality service industries*, 2ª ed., Iowa, Ed. Wm. C. Brown Company Publishers.

- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES (1997): *El Sector Hotelero en España 1996*, Madrid, Ed. Federación Española de Hoteles.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (F.A.S.B.) (1976): *Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise*, Statement of Financial Accounting Standards nº 14 (F.A.S. 14), Stamford, Ed. F.A.S.B.
- GONZALO ANGULO, J. A. y J. TUA PEREDA (1988): *Introducción a la contabilidad internacional*, Madrid, Ed. Instituto de Planificación Contable, Ministerio de Economía y Hacienda (Colección Monografías, nº 14).
- GONZALO ANGULO, J. A. y J. TUA PEREDA (Introducción, traducción e índices) (1993): *Normas Internacionales de Contabilidad de la I.A.S.C.*, 3ª ed. act., Madrid, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España.
- GRAY, W. S. y S. C. LIGUORI (1995): *Hoteles y moteles: administración y funcionamiento*, México, Ed. Trillas (Serie Trillas Turismo).
- HORWATH, E. B.; L. TOTH y J. D. LESURE (1986): *Contabilidad para hoteles*, México, Ed. Diana
- HOTEL ASSOCIATION OF NEW YORK CITY (1986): *Uniform System of Accounts for Hotels*, Eighth Revised Edition, Nueva York, Ed. Hotel Association of New York City.
- INSTITUTO DE AUDITORES-CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA: *Normas y Recomendaciones de Auditoría y Contabilidad*, Madrid, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España.
- INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS (ICAC) (1991): Resolución de 16 de mayo de 1991, del Presidente del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se fijan criterios generales para determinar el "importe neto de la cifra de negocios", BOICAC nº 5, mayo, pp. 17-20.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (I.A.S.C.) (1981): *Reporting Financial Information by Segment*, International Accounting Standard 14 (I.A.S. 14), Londres (hemos utilizado la traducción al español, *Información financiera por segmentos*, Norma Internacional de Contabilidad nº 14, realizada por GONZALO ANGULO, J. A. y J. TUA PEREDA (1993): *Normas Internacionales de Contabilidad de la I.A.S.C.*, 3ª ed. act., Madrid, Ed. Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España, pp. 277-285).
- KOTAS, R. (1977): *Management Accounting for Hotels and Restaurants*, Londres, Ed. Surrey University Press.
- LATTIN, G. W. (1994): *Administración moderna de hoteles y moteles*, México, Ed. Trillas (Serie Trillas Turismo).
- LÓPEZ HERNÁNDEZ, A. M.; A. NAVARRO GALERA y P. MAZA VERA (1996): *Normativa básica de Contabilidad y Auditoría de Cuentas*, Granada, Ed. Comares.
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. (1991): "Contenido y presentación del resultado empresarial", *Técnica Contable*, nº 514, octubre, pp. 583-596.
- MESTRES SOLER, J. R. (1995): *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*, Barcelona, Ed. Gestión 2000, S.A.
- MONCARZ, E. S. y N. de J. PORTOCARRERO (1986): *Financial accounting for hospitality management*, Nueva York, Ed. Van Nostrand Reinhold.
- NACIONES UNIDAS (1977): *Empresas transnacionales. Estudios técnicos. Normas internacionales de contabilidad y presentación de informes*, número de venta S.77.II.A.15, Nueva York, Ed. Naciones Unidas.
- NACIONES UNIDAS (1984): *Normas internacionales de contabilidad y presentación de informes. Informe del Grupo Especial Intergubernamental de Trabajo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes*, número de venta S.84.II.A.2, Nueva York, Ed. Naciones Unidas.
- NACIONES UNIDAS (1989): *Informe del Grupo Intergubernamental de Trabajo de Expertos en normas internacionales de contabilidad y presentación de informes*, número de venta S.89.II.A.3, Nueva York, Ed. Naciones Unidas.

- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO (O.C.D.E.) (1976): *Declaration on International Investment and Multinational Enterprises*, París, Ed. O.C.D.E.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO (O.C.D.E.) (1990): *La ventilation des informations financières*, París, Ed. O.C.D.E.
- PÉREZ I PUIG, A. (1995b): *El libro del mundo de los Agentes de Viajes. Proveedores y servicios*, Barcelona, Ed. Laertes.
- REAL DECRETO 1643/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, Boletín Oficial del Estado de 27 de diciembre; corrección de errores en Boletín Oficial del Estado de 14 de marzo de 1991.
- REAL DECRETO 537/1997, de 14 de abril, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades, Boletín Oficial del Estado de 24 de abril.
- REAL DECRETO 572/1997, de 18 de abril, por el que se revisan los límites contables de los artículos 181 y 190 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, Boletín Oficial del Estado de 1 de mayo.
- REAL DECRETO LEGISLATIVO 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, Boletín Oficial del Estado de 27 de diciembre; corrección de errores en Boletín Oficial del Estado de 1 de febrero de 1990.
- REQUENA RODRÍGUEZ, J. M. (1990): *El resultado de la empresa*, Barcelona, Ed. Ariel (Colección Ariel Economía).
- REQUENA RODRÍGUEZ, J. M. (1995): "La empresa de servicios: una propuesta de estructuración orgánica y definición del producto de restauración en la industria hotelera", en *Experiencias Sectoriales en Contabilidad de Costes y de Gestión*, II Jornada de Trabajo sobre Contabilidad de Costes y de Gestión, Málaga, Ed. Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, pp. 7-39.
- RUBIO MISAS, M. (1995): "Los sistemas de costes basados en la actividad. Una aplicación a la empresa hotelera", *Actualidad Financiera*, nº 25, semana 19-25 junio, pp. C.863-C.874.
- SÁEZ TORRECILLA, A. (Coor.) (1993): *Cuestiones actuales de Contabilidad de costes*, Madrid, Ed. McGraw-Hill - ACODI.
- SCHMIDGALL, R. S. (1990): *Hospitality industry managerial accounting*, 2ª ed., Michigan, Ed. Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- SCHMIDGALL, R. S. y J. W. DAMITIO (1994): *Hospitality industry financial accounting*, Michigan, Ed. Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- SECRETARÍA DE TURISMO (1992): *Manual de contabilidad hotelera*, México, Ed. Limusa.
- SERRA SALVADOR, V. y N. FLAYIH HASAN (1994): "Sistemas de información contable en la empresa hotelera", *Partida Doble*, nº 45, mayo, pp. 26-34.
- VACAS GUERRERO, C. (1991): *Curso básico de Contabilidad financiera*, Madrid, Ed. Síntesis (Colección Gestión Turística).
- VACAS GUERRERO, C. (1995): "Una propuesta para el control y gestión del almacén de un hotel", en *Experiencias Sectoriales en Contabilidad de Costes y de Gestión*, II Jornada de Trabajo sobre Contabilidad de Costes y de Gestión, Málaga, Ed. Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, pp. 41-57.
- ZUBILLAGA COLÍN, C. P. E. (1993): *Contabilidad Hotelera*, 2ª ed., México, Ed. Editorial Banca y Comercio, S. A. de C. V.



CONCLUSIONES

Primera

El estudio de la actividad hotelera pone de manifiesto que en su desarrollo concurren una diversidad de procesos particulares heterogéneos que la dotan de una gran complejidad. La presencia del fenómeno de la multiactividad, unido a la diversidad del origen geográfico de los clientes y a la pluralidad de canales que se pueden utilizar para contratar los servicios, aconsejan, para favorecer una adecuada aprehensión de la realidad económica de los establecimientos hoteleros, elaborar, junto a los datos globales de la entidad, una información contable desagregada en unidades de orden inferior y referida a cada uno de los segmentos representativos que en su actuación se puedan discriminar, de forma que se convierta no sólo en un instrumento útil para la gestión, sino que también responda a las crecientes y variadas demandas de los distintos agentes económicos externos a los que se comunica dicha información.

Segunda

Las principales normas y pronunciamientos emitidos reguladores de la *información contable por segmentos, internacionales o nacionales, gubernamentales o profesionales*, tratan de establecer los diversos extremos relacionados con su formulación y presentación, aunque con diferente grado de amplitud, precisión y nivel de exigencia, a lo que se une el distinto carácter en cuanto a la obligatoriedad o voluntariedad de su aplicación.

En general, la segmentación más frecuente que se propone es la que debe efectuarse sobre la base de los tipos de actividades que desarrolla la empresa y en función de las áreas geográficas de origen en las que opera, incluyéndose a veces también el desglose por mercados geográficos y por clientes.

En ocasiones se sugieren factores orientativos que pueden tomarse como referencia para diferenciar y delimitar los segmentos o para su identificación como significativos, aunque también se admite repetidamente la dificultad de establecer criterios inequívocos y universalmente válidos, por lo que se considera que la determinación de esos y otros aspectos debe quedar, en última instancia, a juicio de la dirección de la empresa.

Tercera

Las normas contables españolas reproducen, prácticamente de una forma literal, el texto de las directrices comunitarias en lo relativo a la presentación de información segmentada, situándose en los niveles más bajos en cuanto al contenido informativo requerido por cada uno de los segmentos empresariales que se puedan discriminar. Así, no se exigen datos segmentados, como es común, a las pequeñas y medianas empresas que puedan formular cuentas anuales abreviadas, ni tampoco cuando su divulgación suponga perjuicio grave para la empresa. Cuando se precisa, su publicación queda limitada a la desagregación, por categorías de actividades y por mercados geográficos, del importe neto de la cifra de negocios de las actividades ordinarias de la empresa, no ofreciéndose adicionalmente pautas concretas para llevarla a cabo: no se sugieren orientaciones o criterios para proceder a la identificación de los segmentos ni se exige informar de los que finalmente se han utilizado, tampoco se establece ninguna estructura predeterminada para facilitar las cifras desglosadas.

Cuarta

A la falta de concreción de la regulación española se añade la inexistencia en nuestro país de pronunciamientos de organizaciones de carácter profesional, por lo que, en definitiva, será la dirección de la empresa de forma discrecional, y casi voluntaria, quien defina los criterios para diferenciar, delimitar e identificar los segmentos, así como para elaborar y presentar la información segmentada.

Conocida la tradicional reticencia, en general, a revelar información económico-financiera más allá de los requerimientos legales, no es aventurado suponer que los datos segmentados ordinariamente facilitados por las empresas españolas no van a superar los mínimos establecidos, a pesar de su reconocida utilidad para una percepción correcta de la multiplicidad de realidades a que da lugar la actividad de algunas unidades económicas y, por tanto, para la adopción de decisiones por parte de los agentes económicos a los que se destina.

Quinta

La utilidad atribuida a los datos segmentados se constituye en argumento para exigir su elaboración e incorporación progresiva a la información que ordinariamente facilita la empresa, lo que significa además la necesidad de una regulación adecuada, objetiva y fácilmente aplicable del procedimiento, principios y criterios con los que se han de preparar y presentar, de tal forma que se reduzcan, en lo posible, las arbitrariedades y la discrecionalidad de su contenido, y ello aún permitiendo una cierta flexibilidad ante las diversas empresas y situaciones peculiares que se pueden presentar y que difícilmente podrían contemplarse en una norma general.

Sexta

Teniendo en cuenta las características particulares de las empresas hoteleras, estimamos conveniente que su información contable se obtenga desagregada por segmentos delimitados por áreas de actividad, por mercados geográficos y por tipos de clientes. Desde nuestro punto de vista, amén de cumplir con los requerimientos establecidos en la normativa contable española, que exige sólo la divulgación de los datos distribuidos por categorías de actividades y por mercados geográficos, la información que se desprenda de esta segmentación puede considerarse relevante tanto para los usuarios externos como para la toma de decisiones de gestión, al margen de la estructura organizativa específica que adopte el hotel.

Séptima

Tomando como referencia los distintos pronunciamientos analizados, podemos definir el segmento de actividad hotelera como una parcela diferenciable de las operaciones del hotel que permite prestar un servicio o suministrar un conjunto de servicios y/o productos relacionados a los clientes del establecimiento.

Octava

En el quehacer del hotel distinguimos cuatro grandes áreas o fuentes de producción generadoras de ingresos, que identificamos, respectivamente, como segmentos de actividad hotelera, algunos de los cuales se configuran como un conjunto de actividades diversas, susceptible siempre de ampliarse, o de reducirse, atendiendo a las circunstancias concretas de cada establecimiento.

Los segmentos por áreas de actividad hotelera diferenciados son:

- 1) Servicio de alojamiento.
- 2) Servicios de comidas y bebidas o servicios de restauración.
- 3) Otros servicios generales a los clientes.
- 4) Actividades accesorias a la explotación principal.

Novena

Por categorías de actividades, la normativa contable española sólo exige indicar desagregado el importe neto de la cifra de negocios. Sin embargo, entendemos que con el desglose de esta partida se alcanza muy limitadamente el objetivo genérico con el que nace la información segmentada, que persigue facilitar datos a los distintos grupos de interés sobre tamaño relativo, contribución al resultado y tendencia al crecimiento de, en este caso, los distintos sectores de actividad desarrollados por el hotel.

Por todo ello, estimamos que el contenido de la información que debe formularse por cada una de las áreas de actividad hotelera identificada como segmento debe

incluir, junto al importe neto de la cifra de negocios, los datos referidos al excedente neto de explotación y a los activos atribuibles.

La información segmentada que se propone elaborar por encima de los mínimos exigidos, sólo será difundida a los usuarios externos si así lo decide voluntariamente la dirección del hotel, quedando en caso contrario para uso interno. De cualquier manera, por cada una de las áreas ordinarias de actividad del establecimiento hotelero será de gran utilidad disponer de los datos que muestran la situación y evolución de sus ingresos, de las cifras que indican su participación en el resultado de la explotación generado por el hotel o de las que revelan los recursos invertidos para obtenerlo, representados por los activos en que se han materializado.

La conceptualización de distintos niveles en el resultado de la explotación por segmento ofrece, además, la posibilidad de establecer indicadores específicos de análisis contable aplicables a los establecimientos hoteleros, que relacionen ingresos por segmento con diversos márgenes de resultados, éstos con activos empleados o con recursos aportados, etc., lo que permitirá, en definitiva, conocer la rentabilidad del hotel, no sólo de forma global sino para cada una de las facetas de actividad delimitadas, al mismo tiempo que detectar sus oportunidades y/o riesgos.

Décima

Los segmentos por mercados geográficos los definimos como las áreas geográficas distinguibles de procedencia de los consumidores o usuarios de los bienes ofrecidos y/o servicios prestados en las instalaciones del establecimiento. Estas áreas pueden estar compuestas por un país o grupo de países individuales y se determinarán de acuerdo a las circunstancias particulares del hotel.

Undécima

Considerando que entre los usuarios del establecimiento hotelero se cuentan tanto españoles como foráneos, debe diferenciarse como un segmento separado las operaciones realizadas con clientes nacionales, discriminando por otro lado las correspondientes a clientes extranjeros en países o bloques atendiendo a la importancia que representen en el total de la actividad del hotel. La elevada concentración geográfica de los turistas que visitan nuestro país, con un origen fundamentalmente europeo en aproximadamente el 90% de los viajeros, implica que no sea procedente utilizar criterios de delimitación de segmentos que consideren la cercanía geográfica o las similitudes en el entorno económico, político o jurídico, sugeridos como orientativos por algunas de las normas y pronunciamientos contables analizados.

Por cada uno de los mercados geográficos discriminados se facilitará la información relativa a su participación en el importe neto de la cifra de negocios, tal como establecen las normas contables españolas.

Duodécima

En el caso de los establecimientos hoteleros, la diferenciación de los segmentos por tipos de clientes puede efectuarse basándose en las características de los canales que se utilizaron para contratar los servicios.

Así, atendiendo a los sistemas a través de los que se realizaron las reservas, distinguimos en las empresas hoteleras los siguientes segmentos por tipos de clientes:

- Reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- Reservas directas al hotel de clientes particulares en grupos.
- Reservas de agencias de viajes nacionales.
- Reservas de tour-operadores extranjeros.
- Reservas de empresas.
- Otros sistemas de reservas.

Por cada segmento identificado por tipos de clientes se facilitará el volumen del importe neto de la cifra de negocios asignable.

Decimotercera

Las cifras segmentadas que obligatoriamente han de presentar las empresas españolas deben incorporarse como una nota explicativa de las cuentas anuales, en concreto como contenido de la memoria normal. Otra información relacionada que se juzgue adecuada y los datos que voluntariamente decidan publicar los hoteles, podrá añadirse a los anteriores u ofrecerse de forma separada (en un anexo, como parte de la memoria de actividades que optativamente elabore la empresa o integrados en el informe de gestión que necesariamente deben formular las sociedades).

Decimocuarta

La adaptación propuesta del cuadro de cuentas del Plan General de Contabilidad a las empresas hoteleras permite la captación de las transacciones que efectúan los hoteles con los distintos agentes económicos con los que se relaciona. Se configura como un texto único en el que se contemplan las diversas actividades y operaciones que concurren en el proceso productivo hotelero y las especificaciones que se han estimado necesarias para establecer los datos contables segmentados asociados a cada una de ellas. Su utilización puede neutralizar, o al menos moderar, el argumento esgrimido como inconveniente atribuible a la información contable segmentada que se fundamenta en las dificultades y en el coste adicional que para la empresa implica su obtención y preparación. Se pone así pues a disposición de las empresas hoteleras un texto técnicamente preparado, cuya aplicación puede ser útil para su propia gestión y para servir de soporte en la elaboración de una información contable externa enriquecida, que responda debidamente a las demandas de la pluralidad de usuarios a los que se revela.

Decimoquinta

En su conjunto, el modelo diseñado facilita, en primer lugar, el cumplimiento de los requerimientos legales, que obligan a incluir en la memoria normal de las empresas la distribución del importe neto de su cifra de negocios por categorías de actividades y por mercados geográficos. Además, el alcance y la importancia de la información que potencialmente puede suministrar, considerada tanto conjunta como aisladamente, puede calificarse, desde nuestro punto de vista, como útil para apoyar un proceso de toma de decisiones más acertado, tanto por parte de los usuarios internos como externos, ya que puede reducir en gran medida la incertidumbre y el riesgo, al ofrecer una información cualitativa y cuantitativamente más depurada con relación a la que convencionalmente aporta la Contabilidad Financiera.



ANEXO I
Propuesta de
Adaptación del
Cuadro de Cuentas
del Plan General de
Contabilidad a las
Empresas Hoteleras

GRUPO I FINANCIACIÓN BÁSICA

- 10. CAPITAL.
 - 100. Capital social.
 - 1000. Capital ordinario.
 - 1001. Capital privilegiado.
 - 1002. Capital sin derecho a voto.
 - 1003. Capital con derechos restringidos.
 - 101. Fondo social.
 - 102. Capital.
- 11. RESERVAS.
 - 110. Prima de emisión de acciones.
 - 111. Reservas de revalorización.
 - 112. Reserva legal.
 - 113. Reservas especiales.
 - 1130. Reservas por participaciones recíprocas.**
 - 1131. Reserva para inversiones en Canarias.**
 - 1139. Otras reservas especiales.**
 - 114. Reservas para acciones de la sociedad dominante.
 - 115. Reservas para acciones propias.
 - 116. Reservas estatutarias.
 - 117. Reservas voluntarias.
 - 118. Reserva por capital amortizado.
- 12. RESULTADOS PENDIENTES DE APLICACIÓN.
 - 120. Remanente.
 - 121. Resultados negativos de ejercicios anteriores.

- 122. Aportaciones de socios para compensación de pérdidas.
- 129. Pérdidas y ganancias.

- 13. INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS.
 - 130. Subvenciones oficiales de capital.
 - 1300. Subvenciones del Estado.
 - 1301. Subvenciones de otras Administraciones Públicas.
 - 13011. Subvenciones de la Administración Autonómica.**
 - 13012. Subvenciones de la Administración Provincial o Insular.**
 - 13013. Subvenciones de la Administración Municipal.**
 - 131. Subvenciones de capital.
 - 132. Donaciones de inmovilizado inmaterial.**
 - 133. Donaciones de inmovilizado material.**
 - 135. Ingresos por intereses diferidos.
 - 136. Diferencias positivas en moneda extranjera.
 - 1360. Diferencias positivas agrupadas en moneda extranjera de valores de renta fija, créditos y deudas con vencimiento en el ejercicio...**
 - 1361. Diferencias positivas en "divisa A" de valores de renta fija, créditos y deudas con vencimiento en el ejercicio...**
 - 137. Ingresos fiscales por diferencias permanentes a distribuir en varios ejercicios.**
 - 138. Ingresos fiscales por deducciones y bonificaciones fiscales a distribuir en varios ejercicios.**

- 14. PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS.
 - 140. Provisión para pensiones y obligaciones similares.
 - 141. Provisión para impuestos.
 - 142. Provisión para responsabilidades.
 - 143. Provisión para grandes reparaciones.
 - 144. Fondo de reversión.
 - 145. Provisión por fondo de comercio negativo.**

15. EMPRÉSTITOS Y OTRAS EMISIONES ANÁLOGAS.
 150. Obligaciones y bonos.
 1500. Obligaciones y bonos simples.
 1501. Obligaciones y bonos garantizados.
 1502. Obligaciones y bonos subordinados.
 1503. Obligaciones y bonos cupón cero.
 1504. Obligaciones y bonos con opción de adquisición de acciones.
 1505. Obligaciones y bonos con participación en beneficios.
 151. Obligaciones y bonos convertibles.
 155. Deudas representadas en otros valores negociables.

16. DEUDAS A LARGO PLAZO CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS.
 160. Deudas a largo plazo con empresas del grupo.
 1600. Préstamos a largo plazo de empresas del grupo.
 - 1608. Deudas a largo plazo con empresas del grupo por efecto impositivo.**
 1609. Otras deudas a largo plazo con empresas del grupo.
 161. Deudas a largo plazo con empresas asociadas.
 162. Deudas a largo plazo con entidades de crédito del grupo.
 163. Deudas a largo plazo con entidades de crédito asociadas.
 164. Proveedores de inmovilizado a largo plazo, empresas del grupo.
 165. Proveedores de inmovilizado a largo plazo, empresas asociadas.

17. DEUDAS A LARGO PLAZO POR PRÉSTAMOS RECIBIDOS Y OTROS CONCEPTOS.
 170. Deudas a largo plazo con entidades de crédito.
 1700. Préstamos a largo plazo de entidades de crédito.
 - 1701. Deudas a largo plazo por crédito dispuesto.**
 - 1702. Acreedores por arrendamiento financiero a largo plazo.**
 - 1708. Deudas a largo plazo por efectos descontados.**
 1709. Otras deudas con entidades de crédito.
 171. Deudas a largo plazo.

- 172. Deudas a largo plazo transformables en subvenciones.
- 173. Proveedores de inmovilizado a largo plazo.
- 174. Efectos a pagar a largo plazo.
 - 1742. Efectos a pagar a largo plazo por contratos de arrendamiento financiero.**
 - 1749. Otros efectos a pagar a largo plazo.**

18. FIANZAS Y DEPÓSITOS RECIBIDOS A LARGO PLAZO.

- 180. Fianzas recibidas a largo plazo¹.
 - 1800. Fianzas recibidas a largo plazo de agencias de viajes nacionales.**
 - 1801. Fianzas recibidas a largo plazo de tour-operadores extranjeros.**
 - 1802. Fianzas recibidas a largo plazo de empresas.**
 - 1803. Fianzas recibidas a largo plazo de arrendatarios.**
 - 1809. Otras fianzas recibidas a largo plazo.**
- 185. Depósitos recibidos a largo plazo.

19. SITUACIONES TRANSITORIAS DE FINANCIACIÓN.

- 190. Accionistas por desembolsos no exigidos.
- 191. Accionistas por desembolsos no exigidos, empresas del grupo.
- 192. Accionistas por desembolsos no exigidos, empresas asociadas.
- 193. Accionistas por aportaciones no dinerarias pendientes.
- 194. Accionistas por aportaciones no dinerarias pendientes, empresas del grupo.
- 195. Accionistas por aportaciones no dinerarias pendientes, empresas asociadas.
- 196. Socios, parte no desembolsada.
- 198. Acciones propias en situaciones especiales.
- 199. Acciones propias para reducción de capital.

¹ Efectivo recibido de agencias de viajes, tour-operadores, empresas o arrendatarios como garantía del cumplimiento de las obligaciones derivadas de su relación con el hotel, a plazo superior a un año. Estas fianzas se exigen en ocasiones a agencias, tour-operadores y empresas como requisito previo para aceptar a los clientes que remiten, ya que a veces aquéllas se responsabilizan del pago de una serie de servicios que se prestan a los usuarios y que figuran en el bono que emiten o que se especifican en el contrato que establecieron con el hotel.

GRUPO 2 INMOVILIZADO

20. GASTOS DE ESTABLECIMIENTO.
- 200.0. Gastos de constitución.
 - 201.0. Gastos de primer establecimiento.
 - 202.0. Gastos de ampliación de capital.
21. INMOVILIZACIONES INMATERIALES.
- 210.1. Gastos de investigación y desarrollo.
 - 2100.1. Gastos de investigación y desarrollo en proyectos no terminados.
 - 21000.1. *Proyectos de aplicaciones informáticas.***
 - 2101.1. Gastos de investigación y desarrollo en proyectos terminados.
 - 21010.1. *Proyectos de aplicaciones informáticas.***
 - 211.0. Concesiones administrativas.
 - 212.0. Propiedad industrial.
 - 213.0. Fondo de comercio.
 - 214.0. Derechos de traspaso.
 - 215.1. Aplicaciones informáticas.
 - 2150.1. *Aplicaciones informáticas de elaboración propia.***
 - 21500.1. *Aplicaciones informáticas front-office² de elaboración propia***
 - 215000.1. *Aplicaciones informáticas de elaboración propia. Recepción, conserjería y reservas.***
 - 215001.1. *Aplicaciones informáticas de elaboración propia. Facturación.***
 - 215002.1. *Aplicaciones informáticas de elaboración propia. Kardex³.***
 - 21501.1. *Aplicaciones informáticas back-office⁴ de elaboración propia.***

2 Programas informáticos destinados a los servicios administrativos del hotel que están relacionados directamente con los clientes.

3 Información estadística y personal en torno a los clientes habituales del hotel.

4 Programas informáticos destinados a los servicios administrativos del hotel de carácter interno, a los que no tiene acceso el cliente.

- 215010.1. *Aplicaciones informáticas de elaboración propia. Puntos de venta y servicio.*
 - 215011.0. *Aplicaciones informáticas de elaboración propia. Dirección-Administración.*
 - 215019.1. *Otras aplicaciones informáticas de elaboración propia.*
 - 2151.1. *Aplicaciones informáticas adquiridas a terceros.*
 - 21510.1. *Aplicaciones informáticas front-office adquiridas a terceros.*
 - 215100.1. *Aplicaciones informáticas adquiridas a terceros. Recepción, conserjería y reservas.*
 - 215101.1. *Aplicaciones informáticas adquiridas a terceros. Facturación.*
 - 215102.1. *Aplicaciones informáticas adquiridas a terceros. Kardex.*
 - 21511.1. *Aplicaciones informáticas back-office adquiridas a terceros.*
 - 215110.1. *Aplicaciones informáticas adquiridas a terceros. Puntos de venta y servicio.*
 - 215111.0. *Aplicaciones informáticas adquiridas a terceros. Dirección-Administración.*
 - 215119.1. *Otras aplicaciones informáticas adquiridas a terceros.*
 - 217.1. Derechos sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero.
 - 2170.2. *Derechos sobre elementos afectos al servicio de alojamiento en régimen de arrendamiento financiero.*
 - 2171.3. *Derechos sobre elementos afectos al servicio de comidas y bebidas en régimen de arrendamiento financiero.*
 - 2172.4. *Derechos sobre elementos afectos a otros servicios generales a los clientes en régimen de arrendamiento financiero.*
 - 2173.5. *Derechos sobre elementos afectos a otras actividades accesorias a la explotación principal en régimen de arrendamiento financiero.*
 - 2174.1. *Derechos sobre elementos comunes en régimen de arrendamiento financiero.*
 - 219.1. Anticipos para inmovilizaciones inmateriales.
- 22. INMOVILIZACIONES MATERIALES.
 - 220.1. Terrenos y bienes naturales.
 - 2200.1. *Solares edificadas para actividad hotelera.*
 - 2201.4. *Solares edificadas para uso deportivo y de recreo.*
 - 2202.1. *Solares para terrazas y jardines.*
 - 2203.1. *Solares para aparcamiento exterior.*
 - 2209.1. *Otros solares.*

- 221.1. Construcciones.
 - 2210.1. *Edificios para actividad hotelera.*
 - 2211.4. *Construcciones para uso deportivo y de recreo.*
 - 22110.4. *Piscinas.*
 - 221100.4. *Piscina.*
 - 221101.4. *Piscina climatizada.*
 - 22111.4. *Gimnasio.*
 - 22112.4. *Squash.*
 - 22113.4. *Mini-golf.*
 - 22114.4. *Sauna.*
 - 22119.4. *Otras construcciones para uso deportivo y de recreo.*
 - 2212.1. *Construcciones en terrazas y jardines.*
 - 2219.1. *Otras construcciones.*
- 222.1. Instalaciones técnicas.
 - 2220.1. *Instalaciones técnicas de fontanería.*
 - 2221.1. *Instalaciones técnicas de climatización.*
 - 2222.1. *Instalaciones técnicas de electricidad.*
 - 2223.1. *Instalaciones técnicas contra incendios.*
 - 2224.1. *Instalaciones técnicas de seguridad.*
 - 2225.1. *Instalaciones técnicas de hilo musical.*
 - 2226.1. *Instalaciones técnicas de antena parabólica, televisión, radio y vídeo.*
 - 2227.1. *Instalaciones técnicas de teléfono, télex y fax.*
 - 2228.1. *Instalaciones técnicas de red informática.*
 - 2229.1. *Otras instalaciones técnicas varias.*
 - 22290.1. *Ascensores y montacargas.*
 - 222900.1. *Ascensores.*
 - 2229000.1. *Ascensores de clientes.*
 - 2229001.1. *Ascensores de servicio.*

222901.1. Montacargas.

222902.3. Montaplatos.

22291.1. Instalaciones técnicas de almacén⁵.

22292.1. Instalaciones técnicas de lavandería⁶.

22293.2. Instalaciones técnicas del sistema de cierre electrónico de habitaciones.

22294.3. Instalaciones técnicas de cocina.

22295.3. Instalaciones técnicas de bares-cafeterías.

22296.3. Instalaciones técnicas de salas de fiestas.

22297.4. Instalaciones técnicas de zonas deportivas y de recreo.

22298.5. Instalaciones técnicas de salones de congresos y convenciones.

22299.1. Otras instalaciones técnicas.

223.1. Maquinaria.

2230.2. Maquinaria de pisos⁷.

2231.3. Maquinaria de cocina.

2232.3. Maquinaria de restaurante-comedor.

2233.3. Maquinaria de bares-cafeterías.

2234.3. Maquinaria de salas de fiestas.

2235.1. Maquinaria de almacén.

2236.1. Maquinaria de lavandería.

5 Atendiendo a la organización del almacén que suele ser habitual en la industria hotelera, cabría distinguir entre:

- Economato: Almacén de productos alimenticios no perecederos.

- Bodega: Almacén de bebidas.

- Cámaras: Almacén de productos alimenticios perecederos. En virtud del destino final de estos productos y de las especiales condiciones de manipulación y conservación que requieren, frecuentemente las cámaras de conservación están situadas en lugares próximos a la cocina.

- Almacén de artículos varios: Almacén para otros productos y materiales de consumo (repuestos y elementos para reparaciones, material de limpieza, detalles de acogida para las habitaciones y otros materiales diversos). A veces se almacenan, aunque de forma separada, en dependencias del economato. Igualmente existe un lugar específico, con zonas diferenciadas, para el almacenamiento de elementos como lencería, cristalería, vajilla, cubertería y otros análogos, esenciales para el desarrollo del proceso productivo hotelero.

6 El departamento de lavandería se ocupa fundamentalmente de las tareas de limpieza, planchado y mantenimiento de la ropa del hotel (ropa de la casa), así como de las prendas personales entregadas por los huéspedes. Algunos hoteles no disponen de este servicio, contratándolo con empresas externas especializadas.

7 Con la denominación de pisos se hace referencia a las habitaciones y espacios adyacentes que permiten la prestación del servicio de alojamiento.

- 2237.1. *Maquinaria del servicio técnico.*
- 2239.1. *Maquinaria de otras estancias del hotel.*
 - 22390.1. *Maquinaria de recepción, conserjería y reservas.*
 - 22391.1. *Maquinaria del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles)⁸.*
 - 22392.4. *Maquinaria de zonas deportivas y de recreo.*
 - 22393.5. *Maquinaria de salones de congresos y convenciones.*
 - 22394.1. *Maquinaria de terrazas y jardines.*
 - 22399.1. *Otra maquinaria.*
- 224.1. *Equipo de servicio, uniformes y utillaje⁹.*
- 2240.1. *Equipo de servicio en reserva¹⁰.*
 - 22400.1. *Lencería en reserva.*
 - 224000.2. *Ropa de habitaciones en reserva.*
 - 224001.2. *Ropa de cuarto de baño en reserva.*
 - 224002.3. *Mantelería en reserva.*
 - 224009.1. *Otra ropa en reserva.*
 - 2240090.4. *Ropa de zonas deportivas y de recreo en reserva.*
 - 2240091.5. *Ropa de tiendas (salón de belleza) en reserva.*
 - 22401.3. *Vajilla en reserva.*
 - 22402.3. *Cristalería en reserva.*
 - 22403.3. *Cubertería en reserva.*
 - 22404.3. *Orfebrería¹¹ en reserva.*

8 Se ha considerado la existencia de un servicio concreto de limpieza para las dependencias comunes y para las calificadas zonas nobles del establecimiento (salones, hall y zona de recepción, pasillos, escaleras, aseos, oficinas y, en ocasiones, restaurantes, bares, cafeterías, etc.), aunque en determinados hoteles constituye una tarea atribuida al personal de pisos.

9 Artículos de ropa blanca, mantelería, loza, cristal, platería, menaje de cocina, uniformes de personal, utillaje y otros utensilios y enseres propiedad del establecimiento hotelero.

10 Lencería, vajilla, cristalería, cubertería, orfebrería y otros elementos similares en stocks para reposiciones.

Las respectivas cuentas se cargarán por el precio de adquisición con abono, generalmente, a las cuentas de tesorería y/o de proveedores de inmovilizado que resulten procedentes. Se abonarán, cuando se realicen las reposiciones, con cargo a las cuentas de equipo de servicio en uso que correspondan (desglose de la cuenta 2241), en función de los elementos concretos de que se trate y de las dependencias en las que se ubiquen.

11 Elementos de alpaca, o materiales similares, como fuentes, soperas, legumbreras, bandejas y cubos de hielo o de champagne.

- 22409.1. *Otro equipo de servicio en reserva.*
- 2241.1. *Equipo de servicio en uso*¹².
- 22410.1. *Equipo de servicio en uso de pisos*¹³.
- 224100.1. *Lencería en uso de pisos.*
- 2241000.2. *Ropa de habitaciones en uso.*
- 2241001.2. *Ropa de cuarto de baño en uso.*
- 2241002.3. *Mantelería en uso de pisos.*
- 224101.3. *Vajilla en uso de pisos.*
- 224102.3. *Cristalería en uso de pisos.*
- 224103.3. *Cubertería en uso de pisos.*
- 224104.3. *Orfebrería en uso de pisos.*
- 224109.2. *Otro equipo de servicio en uso de pisos.*
- 22411.3. *Equipo de servicio en uso de cocina.*
- 224110.3. *Lencería en uso de cocina.*
- 2241102.3. *Mantelería en uso de cocina.*

¹² Lencería, vajilla, cristalería, cubertería, orfebrería y otros artículos análogos en uso en las distintas dependencias del hotel.

Estas cuentas se cargarán por las reposiciones que periódicamente se realicen, con abono a las cuentas de equipo de servicio en reserva. Se abonarán con cargo a las cuentas que procedan de las que se desglosa la cuenta 652. Depreciación, pérdidas y roturas de equipo de servicio en uso, por la regularización anual, en función del inventario practicado, con baja razonable por demérito.

Los elementos incluidos en estas cuentas deben permanecer siempre en condiciones apropiadas de utilización, como forma de garantizar la prestación de los servicios con los niveles que correspondan a la categoría del hotel. Por esta razón, están sujetos a constantes reposiciones por roturas, pérdidas o desgaste, aunque en general consideramos que su período de utilización es superior a un año.

En concreto, en la tabla de coeficientes de amortización incluida como anexo en el Real Decreto 537/1997, de 14 de abril, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades, se establecen, en lo que ahora nos ocupa, para la agrupación 62. Hostelería, restaurantes y cafés, los siguientes coeficientes lineales y períodos máximos de amortización:

- Lencería en general, vajilla y cubertería: 25% de coeficiente máximo y 8 años de período máximo.
- Cristalería en general: 50% de coeficiente máximo y 4 años de período máximo.

Sin embargo, admitiendo que la depreciación de estos equipos está asociada básicamente a la frecuencia de su uso más que a un período estimado de tiempo, considerando asimismo que frecuentemente se ponen en servicio piezas nuevas y que no es factible conocer la antigüedad de cada una de ellas, por facilidad operativa y porque puede responder más correctamente a la pérdida de valor sufrida por los elementos, sugerimos utilizar el procedimiento con anterioridad reseñado para captar las correcciones de valor irreversibles de los elementos calificados como equipo de servicio, coincidente por otro lado con la recomendación incluida en la norma de valoración aplicable para los utensilios y herramientas cuyo período de utilización se estime superior a un año (Norma de elaboración 3ª. d) del Plan General de Contabilidad).

¹³ Como equipo de servicio en uso de pisos se han considerado tanto los elementos asociados al servicio de alojamiento, como los necesarios para prestar servicios de comidas y bebidas en las habitaciones (minibares y servicio de habitaciones), suponiendo que existe un departamento específico y diferenciado para ello.

- 224111.3. *Vajilla en uso de cocina.*
- 224112.3. *Cristalería en uso de cocina.*
- 224113.3. *Cubertería en uso de cocina.*
- 224114.3. *Orfebrería en uso de cocina.*
- 224119.3. *Otro equipo de servicio en uso de cocina.*
- 22412.3. *Equipo de servicio en uso de restaurante-comedor.*
 - 224120.3. *Lencería en uso de restaurante-comedor.*
 - 2241202.3. *Mantelería en uso de restaurante-comedor.*
 - 224121.3. *Vajilla en uso de restaurante-comedor.*
 - 224122.3. *Cristalería en uso de restaurante-comedor.*
 - 224123.3. *Cubertería en uso de restaurante-comedor.*
 - 224124.3. *Orfebrería en uso de restaurante-comedor.*
 - 224129.3. *Otro equipo de servicio en uso de restaurante-comedor.*
- 22413.3. *Equipo de servicio en uso de bares-cafeterías.*
 - 224130.3. *Lencería en uso de bares-cafeterías.*
 - 2241302.3. *Mantelería en uso de bares-cafeterías.*
 - 224131.3. *Vajilla en uso de bares-cafeterías.*
 - 224132.3. *Cristalería en uso de bares-cafeterías.*
 - 224133.3. *Cubertería en uso de bares-cafeterías.*
 - 224134.3. *Orfebrería en uso de bares-cafeterías.*
 - 224139.3. *Otro equipo de servicio en uso de bares-cafeterías.*
- 22414.3. *Equipo de servicio en uso de salas de fiestas.*
 - 224140.3. *Lencería en uso de salas de fiestas.*
 - 2241402.3. *Mantelería en uso de salas de fiestas.*
 - 224141.3. *Vajilla en uso de salas de fiestas.*
 - 224142.3. *Cristalería en uso de salas de fiestas.*
 - 224143.3. *Cubertería en uso de salas de fiestas.*

- 224144.3. *Orfebrería en uso de salas de fiestas.*
- 224149.3. *Otro equipo de servicio en uso de salas de fiestas.*
- 22419.1. *Equipo de servicio en uso de otros departamentos del hotel.*
 - 224190.4. *Equipo de servicio en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 2241900.4. *Lencería en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 22419009.4. *Otra ropa en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 2241909.4. *Otro equipo de servicio en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 224191.5. *Equipo de servicio en uso de tiendas (Salón de belleza).*
 - 2241910.5. *Lencería en uso de tiendas (Salón de belleza).*
 - 22419109.5. *Otra ropa en uso de tiendas (Salón de belleza).*
 - 2241919.5. *Otro equipo de servicio en uso de tiendas (Salón de belleza).*
- 2242.1. *Uniformes de personal en reserva¹⁴.*
 - 22420.1. *Uniformes en reserva de personal de recepción, conserjería y reservas.*
 - 22421.2. *Uniformes en reserva de personal de pisos.*
 - 22422.3. *Uniformes en reserva de personal de cocina.*
 - 22423.3. *Uniformes en reserva de personal de restaurante-comedor.*
 - 22424.3. *Uniformes en reserva de personal de bares-cafeterías.*
 - 22425.3. *Uniformes en reserva de personal de salas de fiestas.*
 - 22426.3. *Uniformes en reserva de personal de room-service¹⁵.*
 - 22427.1. *Uniformes en reserva de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 22428.1. *Uniformes en reserva de personal de lavandería y lencería.*
 - 22429.1. *Uniformes en reserva de otro personal.*
 - 224290.1. *Uniformes en reserva de personal del servicio técnico.*
 - 224291.1. *Uniformes en reserva de personal de almacén.*

14 Uniformes de personal propiedad del hotel en reserva para reposiciones. Su movimiento es análogo al señalado para la cuenta 2240. Equipo de servicio en reserva.

15 Room-service: servicio de comidas y bebidas en las habitaciones (en los hoteles de categoría superior este servicio está atendido por un mayordomo, auxiliado por camareros y ayudantes).

- 224292.4. *Uniformes en reserva de personal de animación*¹⁶.
- 224293.4. *Uniformes en reserva de personal de zonas deportivas y de recreo.*
- 224294.5. *Uniformes en reserva de personal de salones de congresos y convenciones.*
- 224295.5. *Uniformes en reserva de personal de tiendas propias*¹⁷.
- 224296.1. *Uniformes en reserva de personal del servicio médico.*
- 224297.0. *Uniformes en reserva de personal de dirección-administración.*
- 224299.1. *Otros uniformes de personal en reserva.*
- 2243.1. *Uniformes de personal en uso*¹⁸.
 - 22430.1. *Uniformes en uso de personal de recepción, conserjería y usos.*
 - 22431.2. *Uniformes en uso de personal de pisos.*
 - 22432.3. *Uniformes en uso de personal de cocina.*
 - 22433.3. *Uniformes en uso de personal de restaurante-comedor.*
 - 22434.3. *Uniformes en uso de personal de bares-cafeterías.*
 - 22435.3. *Uniformes en uso de personal de salas de fiestas.*
 - 22436.3. *Uniformes en uso de personal de room-service.*
 - 22437.1. *Uniformes en uso de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 22438.1. *Uniformes en uso de personal de lavandería y lencería.*
 - 22439.1. *Uniformes en uso de otro personal.*
 - 224390.1. *Uniformes en uso de personal del servicio técnico.*

16 Animación: servicio encargado de programar y realizar actividades de naturaleza diversa (recreativas, culturales, deportivas, etc.) dirigidas a la ocupación, distracción y entretenimiento de los clientes del hotel.

17 Tiendas propias: tiendas varias ubicadas en el establecimiento, explotadas y gestionadas directamente como una actividad del hotel.

18 Uniformes propiedad del hotel en uso por el personal de los distintos departamentos. El movimiento de estas cuentas es similar al indicado para las de Equipo de servicio en uso (2241), abonándose ahora, por la regularización anual, con cargo a las cuentas que correspondan de las que se desarrolla la 653. Depreciación, pérdidas y roturas de uniformes de personal en uso.

- 224391.1. *Uniformes en uso de personal de almacén.*
- 224392.4. *Uniformes en uso de personal de animación.*
- 224393.4. *Uniformes en uso de personal de zonas deportivas y de recreo.*
- 224394.5. *Uniformes en uso de personal de salones de congresos y convenciones.*
- 224395.5. *Uniformes en uso de personal de tiendas propias.*
- 224396.1. *Uniformes en uso de personal del servicio médico.*
- 224397.0. *Uniformes en uso de personal de dirección-administración.*
- 224399.1. *Otros uniformes de personal en uso.*
- 2244.3. *Menaje y útiles de cocina¹⁹ en reserva.*
- 2245.3. *Menaje y útiles de cocina en uso.*
- 2246.1. *Utillaje²⁰.*
 - 22460.2. *Utillaje de pisos.*
 - 22461.3. *Utillaje de restaurante-comedor.*
 - 22462.1. *Utillaje de almacén.*
 - 22463.1. *Utillaje de lavandería.*
 - 22464.1. *Utillaje del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 22465.4. *Utillaje de animación.*
 - 22466.4. *Utillaje de zonas deportivas y de recreo.*
 - 22467.1. *Utillaje del servicio técnico.*
 - 22468.1. *Utillaje de terrazas y jardines.*
 - 22469.1. *Utillaje diverso.*
- 2249.1. *Otros utensilios y enseres²¹.*

19 Utensilios empleados en la cocina para la preparación de las comidas. El movimiento de las cuentas de menaje de cocina es análogo al especificado para las anteriores, realizándose la regularización de los elementos en uso con cargo a la cuenta 654. Depreciación, pérdidas y roturas de menaje y útiles de cocina en uso.

20 La regularización anual del utillaje empleado en los diferentes departamentos del hotel, se efectuará con cargo a las cuentas que procedan de las que se desglosa la cuenta 655. Depreciación, pérdidas y roturas de utillaje.

21 La regularización anual de otros utensilios o enseres empleados en el hotel se realizará con cargo a la cuenta 656. Depreciación, pérdidas y roturas de otros utensilios y enseres.

- 225.1. Otras instalaciones.
 - 2250.1. Instalaciones de terrazas y jardines.**
 - 2251.5. Instalaciones de tiendas.**
 - 2252.1. Instalaciones decorativas.**
 - 2259.1. Otras instalaciones varias.**
- 226.1. Mobiliario.
 - 2260.1. Mobiliario de pisos.**
 - 22600.1. Mobiliario de habitaciones.**
 - 226000.2. Mobiliario del servicio de alojamiento.**
 - 226001.3. Mobiliario de los servicios de comidas y bebidas.**
 - 226002.4. Mobiliario de otros servicios generales a los clientes.**
 - 22601.2. Mobiliario de zonas comunes de pisos.**
 - 22602.2. Mobiliario de office de pisos²².**
 - 2261.1. Mobiliario de espacios comunes y zonas nobles.**
 - 2262.3. Mobiliario de restaurante-comedor.**
 - 2263.3. Mobiliario de bares-cafeterías.**
 - 2264.3. Mobiliario de salas de fiestas.**
 - 2265.5. Mobiliario de salones de congresos y convenciones.**
 - 2266.3. Mobiliario de cocina.**
 - 2267.0. Mobiliario de dirección-administración.**
 - 2269.1. Mobiliario de otras estancias del hotel.**
 - 22690.1. Mobiliario de recepción, conserjería y reservas.**
 - 22691.1. Mobiliario de almacén.**
 - 22692.1. Mobiliario de lavandería.**
 - 22693.4. Mobiliario de zonas deportivas y de recreo.**
 - 22694.5. Mobiliario de tiendas propias.**
 - 22695.1. Mobiliario del servicio médico.**

22 Office de pisos: recinto de trabajo y almacén de las camareras de pisos, encargadas de la limpieza y arreglo de las habitaciones y zonas contiguas.

- 22696.1. **Mobiliario del servicio técnico.**
- 22697.1. **Mobiliario de terrazas y jardines.**
- 22699.1. **Otro mobiliario.**
- 227.1. Equipos para procesos de información.
 - 2270.1. **Equipos para procesos de información de recepción, conserjería y reservas.**
 - 2271.0. **Equipos para procesos de información de dirección-administración.**
 - 2272.1. **Equipos para procesos de información de almacén.**
 - 2273.5. **Equipos para procesos de información de salones de congresos y convenciones.**
 - 2279.1. **Equipos para procesos de información de otras dependencias del hotel.**
 - 22790.2. **Equipos para procesos de información de pisos.**
 - 22791.3. **Equipos para procesos de información de cocina.**
 - 22792.3. **Equipos para procesos de información de restaurante-comedor.**
 - 22793.3. **Equipos para procesos de información de bares-cafeterías.**
 - 22794.3. **Equipos para procesos de información de salas de fiestas.**
 - 22795.1. **Equipos para procesos de información de lavandería.**
 - 22796.4. **Equipos para procesos de información de zonas deportivas y de recreo.**
 - 22797.5. **Equipos para procesos de información de tiendas.**
 - 22798.1. **Equipos para procesos de información del servicio técnico.**
 - 22799.1. **Equipos para procesos de información del servicio médico.**
- 228.1. Elementos de transporte.
 - 2280.1. **Vehículos para el transporte de clientes.**
 - 2281.1. **Vehículos para el transporte del personal.**
 - 2282.1. **Vehículos para el transporte de mercancías.**
- 229.1. Otro inmovilizado material.
- 23. INMOVILIZACIONES MATERIALES EN CURSO.
 - 230.1. Adaptación de terrenos y de bienes naturales.
 - 231.1. Construcciones en curso.

- 232.1. Instalaciones técnicas en montaje.
- 233.1. Maquinaria en montaje.
- 237.1. Equipos para procesos de información en montaje.
- 239.1. Anticipos para inmovilizaciones materiales.

24. INVERSIONES FINANCIERAS EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS.

- 240. Participaciones en empresas del grupo.
- 241. Participaciones en empresas asociadas.
- 242. Valores de renta fija de empresas del grupo.
- 243. Valores de renta fija de empresas asociadas.
- 244. Créditos a largo plazo a empresas del grupo.
2448. Créditos a largo plazo a empresas del grupo por efecto impositivo.
- 245. Créditos a largo plazo a empresas asociadas.
- 246. Intereses a largo plazo de inversiones financieras en empresas del grupo.
- 247. Intereses a largo plazo de inversiones financieras en empresas asociadas.
- 248. Desembolsos pendientes sobre acciones de empresas del grupo.
- 249. Desembolsos pendientes sobre acciones de empresas asociadas.

25. OTRAS INVERSIONES FINANCIERAS PERMANENTES.

- 250. Inversiones financieras permanentes en capital.
 - 2500. Inversiones financieras permanentes en acciones con cotización en un mercado secundario organizado.
 - 2501. Inversiones financieras permanentes en acciones sin cotización en un mercado secundario organizado.
 - 2502. Otras inversiones financieras en capital.
- 251. Valores de renta fija.
2518. Participaciones en Fondos de Inversión en Activos del Mercado Monetario a largo plazo.
- 252. Créditos a largo plazo.
- 253. Créditos a largo plazo por enajenación de inmovilizado.
- 254. Créditos a largo plazo al personal.

- 256. Intereses a largo plazo de valores de renta fija.
- 257. Intereses a largo plazo de créditos.
- 258. Imposiciones a largo plazo.
- 259. Desembolsos pendientes sobre acciones.

- 26. FIANZAS Y DEPÓSITOS CONSTITUIDOS A LARGO PLAZO.
 - 260. Fianzas constituidas a largo plazo.
 - 265. Depósitos constituidos a largo plazo.

- 27. GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS.
 - 270. Gastos de formalización de deudas.
 - 271. Gastos por intereses diferidos de valores negociables.
 - 272. Gastos por intereses diferidos.

- 28. AMORTIZACIÓN ACUMULADA DEL INMOVILIZADO²³.
 - 281.1. Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial.
 - 2810.1. Amortización acumulada de gastos de investigación y desarrollo.
 - 2811.0. Amortización acumulada de concesiones administrativas.
 - 2812.0. Amortización acumulada de propiedad industrial.
 - 2813.0. Amortización acumulada de fondo de comercio.
 - 2814.0. Amortización acumulada de derechos de traspaso.
 - 2815.1. Amortización acumulada de aplicaciones informáticas.
 - 2817.1. Amortización acumulada de derechos sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero.
 - 282.1. Amortización acumulada del inmovilizado material.
 - 2821.1. Amortización acumulada de construcciones.
 - 2822.1. Amortización acumulada de instalaciones técnicas.

²³ Un desglose paralelo al propuesto en el subgrupo 21. Inmovilizaciones inmateriales y en el subgrupo 22. Inmovilizaciones materiales debería efectuarse en este subgrupo, contemplando las consideraciones realizadas en torno a la cuenta 224. Equipo de servicio, uniformes y utilaje.

- 2823.1. Amortización acumulada de maquinaria.
 - 2825.1. Amortización acumulada de otras instalaciones.
 - 2826.1. Amortización acumulada de mobiliario.
 - 2827.1. Amortización acumulada de equipos para procesos de información.
 - 2828.1. Amortización acumulada de elementos de transporte.
 - 2829.1. Amortización acumulada de otro inmovilizado material.
29. PROVISIONES DE INMOVILIZADO.
- 291.1. Provisión por depreciación del inmovilizado inmaterial²⁴.
 - 292.1. Provisión por depreciación del inmovilizado material²⁵.
 - 293. Provisión por depreciación de valores negociables a largo plazo de empresas del grupo.
 - 2930. Provisión por depreciación de participaciones en capital a largo plazo en empresas del grupo.
 - 2935. Provisión por depreciación de valores negociables a largo plazo en empresas del grupo.
 - 294. Provisión por depreciación de valores negociables a largo plazo de empresas asociadas.
 - 2941. Provisión por depreciación de participaciones en capital a largo plazo en empresas asociadas.
 - 2946. Provisión por depreciación de valores negociables a largo plazo en empresas asociadas.
 - 295. Provisión para insolvencias de créditos a largo plazo a empresas del grupo.
 - 296. Provisión para insolvencias de créditos a largo plazo a empresas asociadas.
 - 297. Provisión por depreciación de valores negociables a largo plazo.
 - 298. Provisión para insolvencias de créditos a largo plazo.

24 Debería llevarse a cabo un desglose semejante al realizado en el subgrupo 21. Inmovilizaciones inmateriales.

25 Un desglose similar al elaborado para el subgrupo 22. Inmovilizaciones materiales también tendría que efectuarse ahora.

GRUPO 3 EXISTENCIAS²⁶

30. ECONOMATO²⁷ (alimentos no perecederos).

- 300.3. *Conservas.*
- 301.3. *Legumbres.*
- 302.3. *Arroz.*
- 303.3. *Pastas.*
- 304.3. *Harinas.*
- 305.3. *Azúcar.*
- 306.3. *Aceites y grasas.*
- 307.3. *Salsas y condimentos.*
- 309.3. *Otros productos alimenticios no perecederos.*

31. CÁMARAS²⁸ (alimentos perecederos).

- 310.3. *Carnes.*
- 311.3. *Pescados.*
- 312.3. *Quesos y productos lácteos.*
- 313.3. *Charcutería.*
- 314.3. *Hortalizas y verduras.*

26 Productos alimenticios perecederos y no perecederos, bebidas, existencias comerciales, otros aprovisionamientos, productos semiterminados y productos terminados en los almacenes y/u otras dependencias del hotel.

En general las cuentas de los subgrupos 30, 31, 32, 33 y 34 sólo funcionarán con motivo del cierre del ejercicio. En ese momento se abonarán, por el importe del inventario de las existencias iniciales, con cargo a las cuentas del subgrupo 61 que correspondan, cargándose, por el importe del inventario de existencias al final del ejercicio que se cierra, igualmente con abono a las cuentas del subgrupo 61 que resulten procedentes.

Las cuentas de los subgrupos 35 y 36 tienen un movimiento análogo al señalado para los subgrupos anteriores, aunque en este caso los abonos y cargos, al cierre del ejercicio, se realizarán utilizando como contrapartida cuentas del subgrupo 71.

27 Existencias de productos alimenticios no perecederos, destinados, mediante elaboración o transformación, a formar parte de las comidas servidas por el establecimiento.

28 Existencias de productos alimenticios perecederos, congelados o no, destinados, mediante elaboración o transformación, a formar parte de las comidas servidas por el establecimiento.

- 315.3. **Frutas.**
 - 316.3. **Repostería.**
 - 317.3. **Helados.**
 - 318.3. **Congelados.**
 - 319.3. **Otros productos alimenticios perecederos.**
- 32. BODEGA²⁹ (bebidas).**
- 320.3. **Vinos y espumosos.**
 - 321.3. **Cervezas.**
 - 322.3. **Refrescos.**
 - 323.3. **Aguas minerales**
 - 324.3. **Licores.**
 - 329.3. **Otras bebidas.**
- 33. MERCADERÍAS³⁰.**
- 330.5. **Joyería y regalos.**
 - 331.5. **Prensa, fotografía y estanco.**
 - 339.5. **Otras tiendas.**
- 34. OTROS APROVISIONAMIENTOS³¹.**
- 341.1. **Combustibles.**
 - 3410.1. **Gasóleo-fuel.**
 - 3411.3. **Propano-butano.**
 - 3419.1. **Otras materias energéticas almacenables.**
 - 342.1. **Repuestos y materiales de reparación.**

²⁹ Existencias de bebidas destinadas a ser servidas directamente al cliente o a incorporarse a las comidas elaboradas.

³⁰ Existencias de artículos adquiridos para su venta, sin transformación, en las tiendas propias del hotel.

³¹ Otras existencias de artículos varios almacenables.

- 343.2. *Detalles de acogida (productos de bienvenida)*³².
- 344.1. *Material de limpieza y lavado*³³.
- 345.1. *Materiales diversos.*
 - 3450.4. *Material de animación.*
 - 3451.4. *Material para uso deportivo y de recreo.*
 - 3452.5. *Productos de salón de belleza (cosméticos).*
 - 3453.0. *Artículos varios de publicidad y propaganda.*
 - 3454.2. *Papelería y material de escritorio*³⁴.
 - 3455.2. *Tarjetas de cerradura electrónica*³⁵.
 - 3456.1. *Medicamentos y material sanitario de consumo.*
 - 3459.1. *Otro material diverso.*
- 346.1. *Envases y embalajes.*
 - 3460.3. *Envases y embalajes de los servicios de comidas y bebidas.*
 - 3461.5. *Envases de tienda de joyería y regalos.*
- 347.1. *Uniformes de personal*³⁶.
 - 3470.1. *Uniformes de personal de recepción, conserjería y reservas.*
 - 3471.2. *Uniformes de personal de pisos.*
 - 3472.3. *Uniformes de personal de cocina.*
 - 3473.3. *Uniformes de personal de restaurante-comedor.*
 - 3474.3. *Uniformes de personal de bares-cafeterías.*
 - 3475.3. *Uniformes de personal de salas de fiestas.*
 - 3476.3. *Uniformes de personal de room-service.*
 - 3477.1. *Uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 3478.1. *Uniformes de personal de lavandería y lencería.*

32 Artículos de consumo complementarios para uso de los huéspedes (jabón, champú, gorros, útiles de costura, etc.).

33 Productos para la limpieza de las dependencias y utensilios del establecimiento y para el lavado de la ropa del hotel y de los huéspedes.

34 Artículos de escritorio para las habitaciones, a disposición de los clientes alojados.

35 Tarjetas perforadas para la apertura y puesta en funcionamiento de la instalación eléctrica de las habitaciones.

36 Existencias de uniformes adquiridos por el hotel para entregar en propiedad al personal.

- 3479.1. **Uniformes de otro personal.**
 - 34790.1. **Uniformes de personal del servicio técnico.**
 - 34791.1. **Uniformes de personal de almacén.**
 - 34792.4. **Uniformes de personal de animación.**
 - 34793.4. **Uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo.**
 - 34794.5. **Uniformes de personal de salones de congresos y convenciones.**
 - 34795.5. **Uniformes de personal de tiendas propias.**
 - 34796.1. **Uniformes de personal del servicio médico.**
 - 34797.0. **Uniformes de personal de dirección-administración.**
 - 34799.1. **Otros uniformes de personal en reserva.**

348.0. Material de oficina.

349.1. **Otros materiales almacenables de consumo.**

35. PRODUCTOS SEMITERMINADOS ³⁷.

- 350.3. **Elementos de base³⁸.**
- 351.3. **Platos precocinados refrigerados.**
- 352.3. **Platos precocinados congelados.**
- 359.3. **Otros productos semiterminados.**

36. PRODUCTOS TERMINADOS ³⁹.

- 360.3. **Repostería.**
- 359.3. **Otros productos terminados.**

39. PROVISIONES POR DEPRECIACIÓN DE EXISTENCIAS.

- 390.3. **Provisión por depreciación de alimentos no perecederos (economato).**
- 391.3. **Provisión por depreciación de alimentos perecederos (cámaras).**

37 Existencias de comidas en proceso de elaboración, no destinadas normalmente a la venta hasta que no sean objeto de transformación posterior.

38 Fondos de carne, salsas, sopas y otros productos alimenticios semielaborados.

39 Existencias de productos alimenticios elaborados que admiten un corto período de almacenamiento.

- 392.3. *Provisión por depreciación de bebidas (bodega).*
- 393.5. *Provisión por depreciación de mercaderías.*
- 394.1. *Provisión por depreciación de otros aprovisionamientos.*
 - 3942.1. *Provisión por depreciación de repuestos y materiales de reparación.*
 - 3943.2. *Provisión por depreciación de detalles de acogida (productos de bienvenida).*
 - 3945.1. *Provisión por depreciación de materiales diversos.*
 - 3946.1. *Provisión por depreciación de envases y embalajes.*
 - 3947.1. *Provisión por depreciación de uniformes de personal.*
 - 3949.1. *Provisión por depreciación de otros materiales almacenables de consumo.*
- 395.3. *Provisión por depreciación de productos semiterminados.*
- 396.3. *Provisión por depreciación de productos terminados.*

GRUPO 4

ACREEDORES Y DEUDORES POR OPERACIONES DE TRÁFICO

40. PROVEEDORES.

400. Proveedores.

4000. Proveedores (pesetas).

40000. *Proveedores de alimentos no perecederos (economato).*40001. *Proveedores de alimentos perecederos (cámaras).*40002. *Proveedores de bebidas (bodega).*40003. *Proveedores de mercaderías.*40004. *Proveedores de otros aprovisionamientos.*400041. *Proveedores de combustibles.*400042. *Proveedores de repuestos y materiales de reparación.*400043. *Proveedores de detalles de acogida (productos de bienvenida).*400044. *Proveedores de material de limpieza y lavado.*400045. *Proveedores de materiales diversos.*400046. *Proveedores de envases y embalajes.*400047. *Proveedores de uniformes de personal.*400048. *Proveedores de material de oficina.*400049. *Proveedores de otros materiales almacenables de consumo.*40007. *Deudas por servicios prestados por otras empresas⁴⁰.*400070. *Deudas por servicios a clientes desviados por sobrecontratación⁴¹.*400071. *Deudas por servicios externos de restauración.*400072. *Deudas por servicios externos de lavandería.*

40 Deudas con otras empresas a las que se encarga la prestación de servicios que constituyen parte de la actividad y de la oferta propia del hotel. Estas cuentas se abonarán con cargo a las cuentas de desarrollo de la cuenta 607. Servicios prestados por otras empresas, y se cargarán, utilizando como contrapartida las cuentas específicas habilitadas, por causas similares al resto de las cuentas personales de proveedores.

41 Deudas con otras empresas que atienden a los clientes con reserva confirmada en el hotel y que éste remite ante la imposibilidad de alojarlos por no contar con habitaciones disponibles.

400073. *Deudas por servicios externos de limpieza.*
400074. *Deudas por servicios externos de animación.*
400075. *Deudas por servicios externos para congresos y convenciones.*
400076. *Deudas por servicios externos de transporte para excursiones.*
400079. *Deudas por otros servicios prestados por otras empresas.*
4004. Proveedores (moneda extranjera).
40040. *Proveedores de alimentos no perecederos (economato), moneda extranjera.*
40041. *Proveedores de alimentos perecederos (cámaras), moneda extranjera.*
40042. *Proveedores de bebidas (bodega), moneda extranjera.*
40043. *Proveedores de mercaderías, moneda extranjera.*
40044. *Proveedores de otros aprovisionamientos, moneda extranjera.*
4008. *Proveedores, efectos comerciales girados pendientes de aceptación*⁴².
40080. *Proveedores de alimentos no perecederos (economato), efectos comerciales girados pendientes de aceptación.*
40081. *Proveedores de alimentos perecederos (cámaras), efectos comerciales girados pendientes de aceptación.*
40082. *Proveedores de bebidas (bodega), efectos comerciales girados pendientes de aceptación.*
40083. *Proveedores de mercaderías, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.*
40084. *Proveedores de otros aprovisionamientos, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.*
40087. *Deudas por servicios prestados por otras empresas, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.*
4009. Proveedores, facturas pendientes de recibir o de formalizar.
40090. *Proveedores de alimentos no perecederos (economato), facturas pendientes de recibir o de formalizar.*
40091. *Proveedores de alimentos perecederos (cámaras), facturas pendientes de recibir o de formalizar.*
40092. *Proveedores de bebidas (bodega), facturas pendientes de recibir o de formalizar.*
40093. *Proveedores de mercaderías, facturas pendientes de recibir o de formalizar.*
40094. *Proveedores de otros aprovisionamientos, facturas pendientes de recibir o de formalizar.*
40097. *Deudas por servicios prestados por otras empresas, facturas pendientes de recibir o de formalizar.*

⁴² Deudas con proveedores formalizadas en efectos de giro aún no aceptados por el hotel.

Se abonan con cargo a las cuentas que procedan de las que se desarrolla la 4000. Proveedores (pesetas), o en su caso, ampliando el desglose que hemos presentado, con cargo a las cuentas de proveedores moneda extranjera. Se cargan, cuando se produzca la aceptación de los efectos, con abono a la cuenta 4010. Proveedores, efectos comerciales a pagar pendientes de vencimiento, susceptible de un mayor desglose.

401. Proveedores, efectos comerciales a pagar.
4010. Proveedores, efectos comerciales a pagar pendientes de vencimiento.
4011. Proveedores, efectos comerciales impagados.
402. Proveedores, empresas del grupo.
 4020. Proveedores, empresas del grupo (pesetas).
 4021. Efectos comerciales a pagar, empresas del grupo.
 4024. Proveedores, empresas del grupo (moneda extranjera).
 4026. Envases y embalajes a devolver a proveedores, empresas del grupo.
 4029. Proveedores, empresas del grupo, facturas pendientes de recibir o de formalizar.
403. Proveedores, empresas asociadas.
406. Envases y embalajes a devolver a proveedores.
- 407.1. Anticipos a proveedores.
4070.3. Anticipos a proveedores de alimentos no perecederos (economato).
4071.3. Anticipos a proveedores de alimentos perecederos (cámaras).
4072.3. Anticipos a proveedores de bebidas (bodega).
4073.5. Anticipos a proveedores de mercaderías.
4074.1. Anticipos a proveedores de otros aprovisionamientos.
4077.1. Anticipos por servicios a prestar por otras empresas.
40770.1. Anticipos por servicios a clientes desviados por sobrecontratación.
407700.2. Anticipos por servicios de alojamiento a clientes desviados por sobrecontratación.
407701.3. Anticipos por servicios de comidas y bebidas a clientes desviados por sobrecontratación.
40771.3. Anticipos por servicios externos de restauración.
40772.1. Anticipos por servicios externos de lavandería.
407720.1. Anticipos por servicios externos de limpieza de ropa de la casa.
407721.4. Anticipos por servicios externos de limpieza de ropa de clientes.
40773.1. Anticipos por servicios externos de limpieza.
40774.4. Anticipos por servicios externos de animación.
40775.5. Anticipos por servicios externos para congresos y convenciones.

41. ACREEDORES VARIOS.

410. Acreedores por prestaciones de servicios.

4100. Acreedores por prestaciones de servicios (pesetas).

41000. Agencias de viajes y otros agentes intermediarios acreedores⁴³.**41009. Otros acreedores por prestaciones de servicios.**

4104. Acreedores por prestaciones de servicios (moneda extranjera).

4109. Acreedores por prestaciones de servicios, facturas pendientes de recibir o de formalizar.

41090. Agencias de viajes y otros agentes intermediarios acreedores, facturas pendientes de recibir o de formalizar.**41099. Otros acreedores por prestaciones de servicios, facturas pendientes de recibir o de formalizar.**

411. Acreedores, efectos comerciales a pagar.

419. Acreedores por operaciones en común.

42. PROVEEDORES Y OTROS ACREEDORES POR OPERACIONES DE TRÁFICO A LARGO PLAZO.

420. **Proveedores a largo plazo.**4200. **Proveedores a largo plazo (pesetas).**4204. **Proveedores a largo plazo (moneda extranjera).**4208. **Proveedores a largo plazo, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.**4209. **Proveedores a largo plazo, facturas pendientes de recibir o de formalizar.**421. **Proveedores a largo plazo, efectos comerciales a pagar.**422. **Proveedores a largo plazo, empresas del grupo.**4220. **Proveedores a largo plazo, empresas del grupo (pesetas).**4221. **Efectos comerciales a pagar a largo plazo, empresas del grupo.**4224. **Proveedores a largo plazo, empresas del grupo (moneda extranjera).**4226. **Envases y embalajes a devolver a largo plazo a proveedores, empresas del grupo.**4229. **Proveedores a largo plazo, empresas del grupo, facturas pendientes de recibir o de formalizar.**

43 Deudas con agencias de viajes y similares, por las comisiones que el hotel les otorga como contrapartida a la actividad de intermediación que realizan en la contratación de servicios.

423. **Proveedores a largo plazo, empresas asociadas.**
 426. **Envases y embalajes a devolver a largo plazo a proveedores.**
 428. **Acreedores varios a largo plazo.**
 4280. **Acreedores a largo plazo por prestaciones de servicios.**
 4281. **Acreedores a largo plazo, efectos comerciales a pagar.**
 4289. **Acreedores a largo plazo por operaciones en común.**

43. CLIENTES⁴⁴.

430.1. Clientes.

4300.1. Clientes (pesetas).

- 43001.1. **Clientes particulares individuales.**
 43002.1. **Clientes particulares en grupos.**
 43003.1. **Agencias de viajes nacionales.**
 43004.1. **Tour-operadores extranjeros.**
 43005.1. **Clientes empresas.**
 43006.3. **Clientes eventos especiales.**
 430060.3. **Clientes banquetes y celebraciones.**
 430061.3. **Clientes comidas de trabajo.**
 430062.3. **Clientes coffee-breaks.**
 430063.3. **Clientes cócteles.**
 43007.5. **Clientes salones de congresos y convenciones.**



44 Créditos, documentados en cuentas personales o efectos comerciales activos, frente a compradores de los servicios ofertados por el hotel. Con independencia del canal que se empleó para formalizar la reserva, la cuenta o cuentas que deben cargarse se determinarán en virtud de quién se hace responsable frente al hotel del pago de los servicios prestados. Así, por ejemplo, finalizada la estancia de un cliente que realizó su reserva a través de una agencia, se pueden producir cargos en la cuenta Agencias de viajes nacionales (por los servicios que ésta contrató con el hotel y que cobró previamente al usuario) y a la cuenta Clientes particulares individuales (por los servicios extras prestados a crédito al cliente y no concertados con la agencia de viajes). Se han habilitado cuentas específicas para contabilizar los créditos por eventos especiales (banquetes y celebraciones, comidas de trabajo, coffee-breaks o cócteles) o por la utilización de salones para congresos, convenciones o similares, pudiendo desglosarse a su vez en otras, dado que los servicios pueden ser contratados por clientes particulares, agencias de viajes nacionales, tour-operadores o empresas. Las cuentas de clientes por sobrecontratación registrarán los créditos del hotel con otros establecimientos, por servicios concertados y prestados a huéspedes que éstos remitieron y a los que habían admitido sus reservas, aunque finalmente no pudieron alojarlos.

- 43008.1. ***Clientes por sobrecontratación.***
- 4304.1. Clientes (moneda extranjera).
 - 43044.1. ***Tour-operadores extranjeros, moneda extranjera.***
 - 43045.1. ***Clientes empresas, moneda extranjera.***
 - 43046.3. ***Clientes eventos especiales, moneda extranjera.***
- 4308.1. ***Clientes, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.***
 - 43083.1. ***Agencias de viajes nacionales, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.***
 - 43084.1. ***Tour-operadores extranjeros, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.***
 - 43085.1. ***Clientes empresas, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.***
- 4309.1. Clientes, facturas pendientes de formalizar.
 - 43090.1. ***Huéspedes, facturas pendientes de formalizar⁴⁵.***
 - 43093.1. ***Agencias de viajes nacionales, facturas pendientes de formalizar.***
 - 43094.1. ***Tour-operadores extranjeros, facturas pendientes de formalizar.***
 - 43095.1. ***Clientes empresas, facturas pendientes de formalizar.***
 - 43096.3. ***Clientes eventos especiales, facturas pendientes de formalizar.***
 - 430960.3. ***Clientes banquetes y celebraciones, facturas pendientes de formalizar.***
 - 430961.3. ***Clientes comidas de trabajo, facturas pendientes de formalizar.***
 - 430962.3. ***Clientes coffee-breaks, facturas pendientes de formalizar.***
 - 430963.3. ***Clientes cócteles, facturas pendientes de formalizar.***
 - 43097.5. ***Clientes salones de congresos y convenciones, facturas pendientes de formalizar.***
 - 43098.1. ***Clientes por sobrecontratación, facturas pendientes de formalizar.***
- 431.1. Clientes, efectos comerciales a cobrar.
 - 4310.1. Efectos comerciales en cartera.
 - 43103.1. ***Efectos comerciales en cartera de agencias de viajes nacionales.***
 - 43104.1. ***Efectos comerciales en cartera de tour-operadores extranjeros.***
 - 43105.1. ***Efectos comerciales en cartera de empresas clientes.***

⁴⁵ Importe de los servicios prestados a los clientes que permanecen alojados y que aún no han sido definitivamente facturados.

- 4311.1. Efectos comerciales descontados.
- 4312.1. Efectos comerciales en gestión de cobro.
- 4315.1. Efectos comerciales impagados.
 - 43153.1. Efectos comerciales impagados de agencias de viajes nacionales.**
 - 43154.1. Efectos comerciales impagados de tour-operadores extranjeros.**
 - 43155.1. Efectos comerciales impagados de empresas clientes.**
- 432.1. Clientes, empresas del grupo.
 - 4320.1. Clientes, empresas del grupo (pesetas).
 - 4321.1. Efectos comerciales a cobrar, empresas del grupo.
 - 4324.1. Clientes empresas del grupo (moneda extranjera).
 - 4329.1. Clientes, empresas del grupo, facturas pendientes de formalizar.
- 433.1. Clientes, empresas asociadas.
- 435.1. Clientes de dudoso cobro.
 - 4351.1. Clientes particulares individuales de dudoso cobro.**
 - 4352.1. Clientes particulares en grupos de dudoso cobro.**
 - 4353.1. Agencias de viajes nacionales de dudoso cobro.**
 - 43530.1. Facturas de agencias de viajes de dudoso cobro.**
 - 43531.1. Efectos comerciales de agencias de viajes de dudoso cobro.**
 - 4354.1. Tour-operadores extranjeros de dudoso cobro.**
 - 43540.1. Facturas de tour-operadores de dudoso cobro.**
 - 43541.1. Efectos comerciales de tour-operadores de dudoso cobro.**
 - 4355.1. Clientes empresas de dudoso cobro.**
 - 43550.1. Facturas de clientes empresas de dudoso cobro.**
 - 43551.1. Efectos comerciales de clientes empresas de dudoso cobro.**
 - 4356.3. Clientes eventos especiales de dudoso cobro.**
 - 43560.3. Clientes banquetes y celebraciones de dudoso cobro.**
 - 43561.3. Clientes comidas de trabajo de dudoso cobro.**
 - 43562.3. Clientes coffee-breaks de dudoso cobro.**
 - 43563.3. Clientes cócteles de dudoso cobro.**

437. Anticipos de clientes.
- 4357.5. *Clientes salones de congresos y convenciones de dudoso cobro.*
 - 4358.1. *Clientes por sobrecontratación de dudoso cobro.*
 - 4370. *Depósitos de huéspedes⁴⁶.*
 - 4372. *Anticipos de clientes particulares en grupos.*
 - 4373. *Anticipos de agencias de viajes nacionales.*
 - 4374. *Anticipos de tour-operadores extranjeros.*
 - 4375. *Anticipos de clientes empresas.*
 - 4376. *Anticipos de clientes por eventos especiales.*
 - 43760. *Anticipos de clientes banquetes y celebraciones.*
 - 43761. *Anticipos de clientes comidas de trabajo.*
 - 43762. *Anticipos de clientes coffee-breaks.*
 - 43763. *Anticipos de clientes cócteles.*
 - 4377. *Anticipos de clientes por salones de congresos y convenciones.*
 - 4378. *Anticipos de clientes por sobrecontratación.*

44. DEUDORES VARIOS.

- 440.1. Deudores.
 - 4400.1. Deudores (pesetas).
 - 44000.5. *Deudores por comisiones de carácter habitual⁴⁷.*
 - 440000.5. *Deudores por comisiones de máquinas recreativas y expendedoras.*
 - 440001.5. *Deudores por comisiones de mediación en el alquiler de vehículos.*
 - 440002.5. *Deudores por comisiones de mediación en la venta de plazas de excursiones.*
 - 440003.5. *Deudores por comisiones de mediación en la venta de entradas a espectáculos, museos y monumentos.*
 - 440009.5. *Otros deudores por comisiones de carácter habitual.*

⁴⁶ Cantidades entregadas a cuenta por los huéspedes para estancias, manutención, extras, etc.

⁴⁷ Créditos con terceros, que no tienen la condición estricta de clientes, por comisiones estipuladas como contraprestación de servicios de mediación realizados con carácter ordinario. Estas cuentas se cargarán con abono a las que correspondan de las que se desglosa la cuenta 7035. Ingresos por actividades de mediación de carácter habitual.

- 44001.5. **Deudores por arrendamientos de carácter regular⁴⁸.**
 - 440010.5. **Deudores por arrendamientos de locales comerciales.**
 - 440011.5. **Deudores por arrendamientos de zonas de hall.**
 - 440012.5. **Deudores por arrendamientos de mostradores/expositores.**
 - 440019.5. **Otros deudores por arrendamientos de carácter regular.**
- 44002.2. **Deudores por reservas a clientes no presentados⁴⁹.**
 - 440020.2. **Agencias de viajes nacionales deudoras por reservas a clientes no presentados.**
 - 440021.2. **Tour-operadores extranjeros deudores por reservas a clientes no presentados.**
 - 440022.2. **Empresas deudoras por reservas a empleados no presentados.**
- 44009.1. **Otros deudores.**
- 4404.1. Deudores (moneda extranjera).
 - 44040.2. **Deudores (moneda extranjera) por reservas a clientes no presentados.**
 - 440401.2. **Tour-operadores extranjeros deudores (moneda extranjera) por reservas a clientes no presentados.**
 - 440402.2. **Empresas deudoras (moneda extranjera) por reservas a empleados no presentados.**
 - 44049.1. **Otros deudores (moneda extranjera).**
- 4409.1. Deudores, facturas pendientes de formalizar.
 - 44090.5. **Deudores por comisiones de carácter habitual, facturas pendientes de formalizar.**
 - 44091.5. **Deudores por arrendamientos de carácter regular, facturas pendientes de formalizar.**
 - 44092.2. **Deudores por reservas a clientes no presentados, facturas pendientes de formalizar.**
 - 44099.1. **Otros deudores, facturas pendientes de formalizar.**
- 441.1. Deudores, efectos comerciales a cobrar.
 - 4410.1. Deudores, efectos comerciales en cartera.
 - 4411.1. Deudores, efectos comerciales descontados.

48 Créditos con terceros, que no tienen la condición estricta de clientes, por cantidades fijadas como contraprestación por la cesión, en régimen de arrendamiento, de zonas y espacios del establecimiento, siempre que esta actividad la realice el hotel de manera regular. Se cargarán con abono a las cuentas que procedan de las que se desarrolla la cuenta 7036. Ingresos por arrendamientos de carácter regular.

49 Créditos por cantidades cargadas, en concepto de indemnización, a agencias de viajes, tour-operadores y empresas como consecuencia de reservas efectuadas a favor de clientes que finalmente no ocuparon las habitaciones. Se ha considerado, tal como es usual, que los importes correspondientes se determinan a partir de las tarifas por alojamiento.

- 4412.1. Deudores, efectos comerciales en gestión de cobro.
- 4415.1. Deudores, efectos comerciales impagados.
- 445.1. Deudores de dudoso cobro.
 - 4450.5. Deudores por comisiones de carácter habitual de dudoso cobro.**
 - 4451.5. Deudores por arrendamientos de carácter regular de dudoso cobro.**
 - 4452.2. Deudores por reservas a clientes no presentados de dudoso cobro.**
 - 4459.1. Otros deudores de dudoso cobro.**
- 449.0. Deudores por operaciones en común.

- 45. CLIENTES Y OTROS DEUDORES POR OPERACIONES DE TRÁFICO A LARGO PLAZO.**
 - 450.1. Clientes a largo plazo.**
 - 4500.1. Clientes a largo plazo (pesetas).
 - 4504.1. Clientes a largo plazo (moneda extranjera).
 - 4508.1. Clientes a largo plazo, efectos comerciales girados pendientes de aceptación.
 - 4509.1. Clientes a largo plazo, facturas pendientes de formalizar.
 - 451.1. Clientes a largo plazo, efectos comerciales a cobrar.**
 - 4510.1. Efectos comerciales a largo plazo en cartera.
 - 4511.1. Efectos comerciales a largo plazo descontados.
 - 452.1. Clientes a largo plazo, empresas del grupo.**
 - 4520.1. Clientes a largo plazo, empresas del grupo (pesetas).
 - 4521.1. Efectos comerciales a cobrar a largo plazo, empresas del grupo.
 - 4524.1. Clientes a largo plazo empresas del grupo (moneda extranjera).
 - 4529.1. Clientes a largo plazo, empresas del grupo, facturas pendientes de formalizar.
 - 453.1. Clientes a largo plazo, empresas asociadas.**
 - 455.1. Clientes a largo plazo de dudoso cobro.**
 - 457. Anticipos a largo plazo de clientes.**
 - 458.1. Deudores varios a largo plazo.**
 - 4580.1. Deudores a largo plazo.
 - 4581.1. Deudores a largo plazo, efectos comerciales a cobrar.

- 4585.1. Deudores a largo plazo de dudoso cobro.**
- 4589.0. Deudores a largo plazo por operaciones en común.**

46. PERSONAL.

- 460.1. Anticipos de remuneraciones.
 - 4600.1. Anticipos de sueldos y salarios.**
 - 4601.1. Anticipos de indemnizaciones.**
- 465. Remuneraciones pendientes de pago.
 - 4650. Sueldos y salarios pendientes de pago.**
 - 46500. Percepciones salariales mensuales pendientes de pago.**
 - 46503. Pagas extraordinarias pendientes de pago.**
 - 46504. Vacaciones pendientes de pago.**
 - 46505. Bolsa de vacaciones pendiente de pago.**
 - 4651. Indemnizaciones pendientes de pago.**
 - 46510. Indemnizaciones por despido pendientes de pago.**
 - 46511. Indemnizaciones por jubilaciones anticipadas pendientes de pago.**
 - 46512. Indemnizaciones por traslado pendientes de pago.**
 - 46513. Indemnizaciones por suspensión de contrato pendientes de pago.**
 - 46514. Indemnizaciones por lesiones pendientes de pago.**
 - 46519. Otras indemnizaciones pendientes de pago.**
 - 4652. Atrasos convenios pendientes de pago.**
- 466.1. Anticipos para gastos a justificar.**
- 467. Retenciones al personal por orden judicial.**
- 468. Retenciones al personal por cuotas sindicales.**

47. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.

- 470.0. Hacienda Pública, deudor por diversos conceptos.
 - 4700.0. Hacienda Pública, deudor por IVA.

- 4707.0. Hacienda Pública, deudor por IGIC.**
- 4708.0. Hacienda Pública, deudor por subvenciones concedidas.
- 47080.0. Administración Central, deudor por subvenciones concedidas.**
- 47081.0. Administración Autonómica, deudor por subvenciones concedidas.**
- 47082.0. Administración Provincial o Insular, deudor por subvenciones concedidas.**
- 47083.0. Administración Municipal, deudor por subvenciones concedidas.**
- 4709.0. Hacienda Pública, deudor por devolución de impuestos.
- 471.1. Organismos de la Seguridad Social, deudores.
- 472.0. Hacienda Pública, Impuestos sobre el Valor Añadido soportado.**
- 4720.0. IVA soportado.**
- 4727.0. IGIC soportado.**
473. Hacienda Pública, retenciones y pagos a cuenta.
- 4730. Hacienda Pública, pagos a cuenta del Impuesto sobre Sociedades.**
- 4731. Hacienda pública, pagos fraccionados del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.**
- 4732. Hacienda Pública, retenciones e ingresos a cuenta en sociedades transparentes.**
- 4733. Hacienda Pública, retenciones soportadas.**
- 474.0. Impuesto sobre beneficios anticipados y compensación de pérdidas.
- 4740.0. Impuesto sobre beneficios anticipado.
- 4741.0. Impuesto sobre beneficios anticipado a largo plazo.**
- 4745.0. Crédito por pérdidas a compensar del ejercicio ...
- 4746.0. Crédito por pérdidas a compensar del ejercicio ... a largo plazo.**
- 4748.0. Impuesto sobre beneficios anticipado por operaciones "intra-grupo".**
- 4749.0. Crédito por pérdidas a compensar en régimen de declaración consolidada del ejercicio ...**
475. Hacienda Pública, acreedor por conceptos fiscales.
4750. Hacienda Pública, acreedor por IVA.
4751. Hacienda Pública, acreedor por retenciones practicadas.
- 47510. Hacienda Pública, acreedor por retenciones practicadas por rendimientos del trabajo.**
- 47511. Hacienda Pública, acreedor por retenciones practicadas por rendimientos del capital mobiliario.**

47512. **Hacienda Pública, acreedor por retenciones practicadas por rendimientos de actividades profesionales.**
47513. **Hacienda Pública, acreedor por retenciones practicadas por premios.**
47519. **Hacienda Pública, acreedor por otras retenciones practicadas.**
4752. Hacienda Pública, acreedor por impuesto sobre sociedades.
4757. **Hacienda Pública, acreedor por IGIC.**
4758. Hacienda Pública, acreedor por subvenciones a reintegrar.
47580. **Administración Central, acreedor por subvenciones a reintegrar.**
47581. **Administración Autonómica, acreedor por subvenciones a reintegrar.**
47582. **Administración Provincial o Insular, acreedor por subvenciones a reintegrar.**
47583. **Administración Municipal, acreedor por subvenciones a reintegrar.**
4759. **Hacienda Pública, acreedor por otros tributos.**
47590. **Administración Central, acreedor por otros tributos.**
47591. **Administración Autonómica, acreedor por otros tributos.**
47592. **Administración Provincial o Insular, acreedor por otros tributos.**
47593. **Administración Municipal, acreedor por otros tributos.**
476. Organismos de la Seguridad Social, acreedores.
4760. **Organismos de la Seguridad Social, acreedores por cuotas a cargo de la empresa.**
4761. **Organismos de la Seguridad Social, acreedores por cuotas a cargo de los trabajadores retenidas.**
477. **Hacienda Pública, Impuestos sobre el Valor Añadido repercutido.**
4770. **IVA repercutido.**
4777. **IGIC repercutido.**
479. Impuesto sobre beneficios diferido.
4790. **Impuesto sobre beneficios diferido.**
4791. **Impuesto sobre beneficios diferido a largo plazo.**
4798. **Impuesto sobre beneficios diferido por operaciones "intra-grupo".**
48. AJUSTES POR PERIODIFICACIÓN.
- 480.I. Gastos anticipados.
485. Ingresos anticipados.

49. PROVISIONES POR OPERACIONES DE TRÁFICO.

490.1. Provisión para insolvencias de tráfico a corto plazo.**4900.1. Provisión para insolvencias de clientes.**49001.1. *Provisión para insolvencias de clientes particulares individuales.*49002.1. *Provisión para insolvencias de clientes particulares en grupos.*49003.1. *Provisión para insolvencias de agencias de viajes nacionales.*49004.1. *Provisión para insolvencias de tour-operadores extranjeros.*49005.1. *Provisión para insolvencias de clientes empresas.*49006.3. *Provisión para insolvencias de clientes eventos especiales.*49007.5. *Provisión para insolvencias de clientes salones de congresos y convenciones.*49008.1. *Provisión para insolvencias de clientes por sobrecontratación.***4901.1. Provisión para insolvencias de deudores.**49010.5. *Provisión para insolvencias de deudores por comisiones de carácter habitual.*49011.5. *Provisión para insolvencias de deudores por arrendamientos de carácter regular.*49012.2. *Provisión para insolvencias de deudores por reservas a clientes no presentados.*49018.1. *Provisión para insolvencias de otros deudores.*49019.0. *Provisión para insolvencias de deudores por operaciones en común.***491.1. Provisión para insolvencias de tráfico a largo plazo.****4910.1. Provisión para insolvencias de clientes a largo plazo.****4911.1. Provisión para insolvencias de deudores varios a largo plazo.****492.1. Provisión para insolvencias de tráfico a corto plazo de empresas del grupo.****493.1. Provisión para insolvencias de tráfico a largo plazo de empresas del grupo.****494.1. Provisión para insolvencias de tráfico a corto plazo de empresas asociadas.****495.1. Provisión para insolvencias de tráfico a largo plazo de empresas asociadas.****499. Provisión para otras operaciones de tráfico⁵⁰.****4990. Provisión para cobertura de gastos por reclamaciones en la prestación del servicio de alojamiento.****4991. Provisión para cobertura de gastos por reclamaciones en la prestación de servicios de comidas y bebidas.****4993. Provisión para cobertura de gastos por reclamaciones en actividades de salones de congresos y convenciones.**

⁵⁰ Provisiones para la cobertura de los gastos estimados que se puedan ocasionar como consecuencia de reclamaciones correspondientes a prestaciones de servicios ya realizadas.

GRUPO 5 CUENTAS FINANCIERAS

- 50. EMPRÉSTITOS Y OTRAS EMISIONES ANÁLOGAS A CORTO PLAZO.
 - 500. Obligaciones y bonos a corto plazo.
 - 501. Obligaciones y bonos convertibles a corto plazo.
 - 505. Deudas representadas en otros valores negociables a corto plazo.
 - 506. Intereses de empréstitos y otras emisiones análogas.
 - 509. Valores negociables amortizados.
 - 5090. Obligaciones y bonos amortizados.
 - 5091. Obligaciones y bonos convertibles amortizados.
 - 5095. Otros valores negociables amortizados.

- 51. DEUDAS A CORTO PLAZO CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS.
 - 510. Deudas a corto plazo con empresas del grupo.
 - 5100. Préstamos a corto plazo de empresas del grupo.
 - 5108. Deudas a corto plazo con empresas del grupo por efecto impositivo.**
 - 5109. Otras deudas a corto plazo con empresas del grupo.
 - 511. Deudas a corto plazo con empresas asociadas.
 - 512. Deudas a corto plazo con entidades de crédito del grupo.
 - 5120. Préstamos a corto plazo de entidades de crédito del grupo.
 - 5128. Deudas por efectos descontados en entidades de crédito del grupo.
 - 5129. Otras deudas a corto plazo con entidades de crédito del grupo.
 - 513. Deudas a corto plazo con entidades de crédito asociadas.
 - 514. Proveedores de inmovilizado a corto plazo, empresas del grupo.
 - 515. Proveedores de inmovilizado a corto plazo, empresas asociadas.
 - 516. Intereses a corto plazo de deudas con empresas del grupo.
 - 517. Intereses a corto plazo de deudas con empresas asociadas.

52. DEUDAS A CORTO PLAZO POR PRÉSTAMOS RECIBIDOS Y OTROS CONCEPTOS.
- 520. Deudas a corto plazo con entidades de crédito.
 - 5200. Préstamos a corto plazo de entidades de crédito.
 - 5201. Deudas a corto plazo por crédito dispuesto.
 - 5202. *Acreeedores por arrendamiento financiero a corto plazo.***
 - 5208. Deudas por efectos descontados.
 - 5209. *Otras deudas con entidades de crédito.***
 - 521. Deudas a corto plazo.
 - 523. Proveedores de inmovilizado a corto plazo.
 - 524. Efectos a pagar a corto plazo.
 - 5242. *Efectos a pagar a corto plazo por contratos de arrendamiento financiero.***
 - 5249. *Otros efectos a pagar a corto plazo.***
 - 525. Dividendo activo a pagar.
 - 526. Intereses a corto plazo de deudas con entidades de crédito.
 - 527. Intereses a corto plazo de deudas.
53. INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS.
- 530. Participaciones a corto plazo en empresas del grupo.
 - 531. Participaciones a corto plazo en empresas asociadas.
 - 532. Valores de renta fija a corto plazo de empresas del grupo.
 - 533. Valores de renta fija a corto plazo de empresas asociadas.
 - 534. Créditos a corto plazo a empresas del grupo.
 - 5348. *Créditos a corto plazo a empresas del grupo por efecto impositivo.***
 - 535. Créditos a corto plazo a empresas asociadas.
 - 536. Intereses a corto plazo de inversiones financieras en empresas del grupo.
 - 5360. Intereses a corto plazo de valores de renta fija de empresas del grupo.
 - 5361. Intereses a corto plazo de créditos a empresas del grupo.
 - 537. Intereses a corto plazo de inversiones financieras en empresas asociadas.

- 538. Desembolsos pendientes sobre acciones a corto plazo de empresas del grupo.
- 539. Desembolsos pendientes sobre acciones a corto plazo de empresas asociadas.

- 54. OTRAS INVERSIONES FINANCIERAS TEMPORALES.
 - 540. Inversiones financieras temporales en capital.
 - 5400. Inversiones financieras temporales en acciones con cotización en un mercado secundario organizado.
 - 5401. Inversiones financieras temporales en acciones sin cotización en un mercado secundario organizado.
 - 5409. Otras inversiones financieras temporales en capital.
 - 541. Valores de renta fija a corto plazo.
 - 5418. Participaciones en Fondos de Inversión en Activos del Mercado Monetario a corto plazo.**
 - 542. Créditos a corto plazo.
 - 543. Créditos a corto plazo por enajenación de inmovilizado.
 - 544. Créditos a corto plazo al personal.
 - 545. Dividendo a cobrar.
 - 546. Intereses a corto plazo de valores de renta fija.
 - 547. Intereses a corto plazo de créditos.
 - 548. Imposiciones a corto plazo.
 - 549. Desembolsos pendientes sobre acciones a corto plazo.

- 55. OTRAS CUENTAS NO BANCARIAS.
 - 550. Titular de la explotación.
 - 551. Cuenta corriente con empresas del grupo.
 - 552. Cuenta corriente con empresas asociadas.
 - 553. Cuenta corriente con socios y administradores.
 - 555. Partidas pendientes de aplicación.
 - 556. Desembolsos exigidos sobre acciones.
 - 5560. Desembolsos exigidos sobre acciones de empresas del grupo.
 - 5561. Desembolsos exigidos sobre acciones de empresas asociadas.
 - 5562. Desembolsos exigidos sobre acciones de otras empresas.

557. Dividendo activo a cuenta.
 558. Accionistas por desembolsos exigidos.
56. FIANZAS Y DEPÓSITOS RECIBIDOS Y CONSTITUIDOS A CORTO PLAZO.
560. Fianzas recibidas a corto plazo.
- 5600. Fianzas recibidas a corto plazo de agencias de viajes nacionales.**
5601. Fianzas recibidas a corto plazo de tour-operadores extranjeros.
5602. Fianzas recibidas a corto plazo de empresas.
5603. Fianzas recibidas a corto plazo de arrendatarios.
5609. Otras fianzas recibidas a corto plazo.
561. Depósitos recibidos a corto plazo⁵¹.
- 5610. Depósitos recibidos por cajas de seguridad.**
5611. Depósitos recibidos por minibar.
5612. Depósitos recibidos para cajero automático.
565. Fianzas constituidas a corto plazo.
 566. Depósitos constituidos a corto plazo.
57. TESORERÍA.
- 570.1. Caja, pesetas⁵².
- 5700.0. Caja general.**
5701.1. Fondo de caja de recepción.
5702.3. Fondo de caja de restaurante-comedor.
5703.3. Fondo de caja de bares-cafeterías.
5704.3. Fondo de caja de salas de fiestas.
5705.4. Fondo de caja de zonas deportivas y de recreo.

51 Efectivo exigido a los clientes en concepto de depósito por la utilización de las cajas de seguridad individuales o del minibar de las habitaciones. También se ha considerado la posibilidad de que el hotel reciba de los clientes cantidades en efectivo de las que éstos podrán disponer a través de cajeros automáticos instalados en el establecimiento.

52 Disponibilidades de medios líquidos en la caja central del hotel y en los distintos puntos de venta y de servicio del establecimiento.

5706.5. Fondo de caja de tiendas.**5707.0. Cajero automático.**

- 571.4. Caja, moneda extranjera.
- 572.0. Bancos e instituciones de crédito c/c vista, pesetas.
- 573.0. Bancos e instituciones de crédito c/c vista, moneda extranjera.
- 574.0. Bancos e instituciones de crédito, cuentas de ahorro, pesetas.
- 575.0. Bancos e instituciones de crédito, cuentas de ahorro, moneda extranjera.

58. AJUSTES POR PERIODIFICACIÓN.

- 580. Intereses pagados por anticipado.
- 585. Intereses cobrados por anticipado.

59. PROVISIONES FINANCIERAS.

- 593. Provisión por depreciación de valores negociables a corto plazo de empresas del grupo.
- 594. Provisión por depreciación de valores negociables a corto plazo de empresas asociadas.
- 595. Provisión para *insolvencias de créditos a corto plazo a empresas del grupo.*
- 596. Provisión para *insolvencias de créditos a corto plazo a empresas asociadas.*
- 597. Provisión por depreciación de valores negociables a corto plazo.
- 598. Provisión para *insolvencias de créditos a corto plazo.*

GRUPO 6
COMPRAS Y GASTOS⁵³

60. COMPRAS.

- 600.3. Compras de alimentos no perecederos (economato).**
 - 6000.3. *Compras de conservas.*
 - 6001.3. *Compras de legumbres.*
 - 6002.3. *Compras de arroz.*
 - 6003.3. *Compras de pastas.*
 - 6004.3. *Compras de harinas.*
 - 6005.3. *Compras de azúcar.*
 - 6006.3. *Compras de aceites y grasas.*
 - 6007.3. *Compras de salsas y condimentos.*
 - 6009.3. *Compras de otros productos alimenticios no perecederos.*
- 601.3. Compras de alimentos perecederos (cámaras).**
 - 6010.3. *Compras de carne.*
 - 6011.3. *Compras de pescado.*
 - 6012.3. *Compras de quesos y productos lácteos.*
 - 6013.3. *Compras de charcutería.*
 - 6014.3. *Compras de hortalizas y verduras.*
 - 6015.3. *Compras de frutas.*
 - 6016.3. *Compras de repostería.*
 - 6017.3. *Compras de helados.*
 - 6018.3. *Compras de congelados.*
 - 6019.3. *Compras de otros productos alimenticios perecederos.*

⁵³ Gastos por aprovisionamientos de alimentos perecederos y no perecederos, bebidas, mercaderías y demás materiales consumibles. Comprende también otros gastos del hotel, incluidos los derivados de las adquisiciones de servicios, las variaciones de existencias adquiridas y las pérdidas extraordinarias del ejercicio.

- 602.3. *Compras de bebidas (bodega).*
 - 6020.3. *Compras de vinos y espumosos.*
 - 6021.3. *Compras de cervezas.*
 - 6022.3. *Compras de refrescos.*
 - 6023.3. *Compras de aguas minerales*
 - 6024.3. *Compras de licores.*
 - 6029.3. *Compras de otras bebidas.*
- 603.5. *Compras de mercaderías.*
 - 6030.5. *Compras de productos para tienda de joyería y regalos.*
 - 6031.5. *Compras de productos para tienda de prensa, fotografía y estanco.*
 - 6039.5. *Compras de productos para otras tiendas.*
- 604.1. *Compras de otros aprovisionamientos.*
 - 6041.1. *Compras de combustibles.*
 - 60410.1. *Compras de gasóleo-fuel.*
 - 60411.3. *Compras de propano-butano.*
 - 60419.1. *Compras de otras materias energéticas almacenables.*
 - 6042.1. *Compras de repuestos y materiales de reparación.*
 - 6043.2. *Compras de detalles de acogida (productos de bienvenida).*
 - 6044.1. *Compras de material de limpieza y lavado.*
 - 6045.1. *Compras de materiales diversos.*
 - 60450.4. *Compras de material de animación.*
 - 60451.4. *Compras de material para uso deportivo y de recreo.*
 - 60452.5. *Compras de productos de salón de belleza (cosméticos).*
 - 60453.0. *Compras de artículos varios de publicidad y propaganda.*
 - 60454.2. *Compras de papelería y material de escritorio.*
 - 60455.2. *Compras de tarjetas de cerradura electrónica.*
 - 60456.1. *Compras de medicamentos y material sanitario de consumo.*
 - 60459.1. *Compras de otro material diverso.*

- 6046.1. *Compras de envases y embalajes.*
 - 60460.3. *Compras de envases y embalajes de los servicios de comidas y bebidas.*
 - 60461.5. *Compras de envases de tienda de joyería y regalos.*
- 6047.1. *Compras de uniformes de personal.*
 - 60470.1. *Compras de uniformes de personal de recepción, conserjería y reservas.*
 - 60471.2. *Compras de uniformes de personal de pisos.*
 - 60472.3. *Compras de uniformes de personal de cocina.*
 - 60473.3. *Compras de uniformes de personal de restaurante-comedor.*
 - 60474.3. *Compras de uniformes de personal de bares-cafeterías.*
 - 60475.3. *Compras de uniformes de personal de salas de fiestas.*
 - 60476.3. *Compras de uniformes de personal de room-service.*
 - 60477.1. *Compras de uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 60478.1. *Compras de uniformes de personal de lavandería y lencería.*
 - 60479.1. *Compras de uniformes de otro personal.*
 - 604790.1. *Compras de uniformes de personal del servicio técnico.*
 - 604791.1. *Compras de uniformes de personal de almacén.*
 - 604792.4. *Compras de uniformes de personal de animación.*
 - 604793.4. *Compras de uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo.*
 - 604794.5. *Compras de uniformes de personal de salones de congresos y convenciones.*
 - 604795.5. *Compras de uniformes de personal de tiendas propias.*
 - 604796.1. *Compras de uniformes de personal del servicio médico.*
 - 604797.0. *Compras de uniformes de personal de dirección-administración.*
 - 604799.1. *Compras de otros uniformes de personal.*
- 6048.0. *Compras de material de oficina.*
- 6049.1. *Compras de otros materiales almacenables de consumo.*
- 607.1. *Servicios prestados por otras empresas.*
 - 6070.1. *Servicios a clientes desviados por sobrecontratación.*
 - 60700.2. *Servicio de alojamiento a clientes desviados por sobrecontratación.*
 - 60701.3. *Servicios de comidas y bebidas a clientes desviados por sobrecontratación.*

- 6071.3. *Servicios externos de restauración.*
- 6072.1. *Servicios externos de lavandería.*
 - 60720.1. *Servicios externos de limpieza de ropa de la casa.*
 - 60721.4. *Servicios externos de limpieza de ropa de clientes.*
- 6073.1. *Servicios externos de limpieza.*
- 6074.4. *Servicios externos de animación.*
 - 60740.4. *Servicios externos de orquestas.*
 - 60741.4. *Servicios externos de atracciones.*
- 6075.5. *Servicios externos para congresos y convenciones.*
 - 60750.5. *Servicios externos de traductores.*
 - 60751.5. *Servicios externos de azafatas de congresos.*
- 6076.5. *Servicios externos de transporte para excursiones.*
- 6079.1. *Otros servicios prestados por otras empresas.*
- 608.1. Devoluciones de compras y operaciones similares.
 - 6080.3. *Devoluciones de compras de alimentos no perecederos (economato).*
 - 6081.3. *Devoluciones de compras de alimentos perecederos (cámaras).*
 - 6082.3. *Devoluciones de compras de bebidas (bodega).*
 - 6083.5. *Devoluciones de compras de mercaderías.*
 - 6084.1. *Devoluciones de compras de otros aprovisionamientos.*
 - 60841.1. *Devoluciones de compras de combustibles.*
 - 60842.1. *Devoluciones de compras de repuestos y materiales de reparación.*
 - 60843.2. *Devoluciones de compras de detalles de acogida (productos de bienvenida).*
 - 60844.1. *Devoluciones de compras de material de limpieza y lavado.*
 - 60845.1. *Devoluciones de compras de materiales diversos.*
 - 608450.4. *Devoluciones de material de animación.*
 - 608451.4. *Devoluciones de material para uso deportivo y de recreo.*
 - 608452.5. *Devoluciones de productos de salón de belleza (cosméticos).*
 - 608453.0. *Devoluciones de artículos varios de publicidad y propaganda.*

- 608454.2. *Devoluciones de papelería y material de escritorio.*
- 608455.2. *Devoluciones de tarjetas de cerradura electrónica.*
- 608456.1. *Devoluciones de medicamentos y material sanitario de consumo.*
- 608459.1. *Devoluciones de otro material diverso.*
- 60846.1. *Devoluciones de compras de envases y embalajes.*
- 608460.3. *Devoluciones de compras de envases y embalajes de los servicios de comidas y bebidas.*
- 608461.5. *Devoluciones de compras de envases de tienda de joyería y regalos.*
- 60847.1. *Devoluciones de compras de uniformes de personal.*
- 608470.1. *Devoluciones de uniformes de personal de recepción, conserjería y reservas.*
- 608471.2. *Devoluciones de uniformes de personal de pisos.*
- 608472.3. *Devoluciones de uniformes de personal de cocina.*
- 608473.3. *Devoluciones de uniformes de personal de restaurante-comedor.*
- 608474.3. *Devoluciones de uniformes de personal de bares-cafeterías.*
- 608475.3. *Devoluciones de uniformes de personal de salas de fiestas.*
- 608476.3. *Devoluciones de uniformes de personal de room-service.*
- 608477.1. *Devoluciones de uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
- 608478.1. *Devoluciones de uniformes de personal de lavandería y lencería.*
- 608479.1. *Devoluciones de uniformes de otro personal.*
- 6084790.1. *Devoluciones de uniformes de personal del servicio técnico.*
- 6084791.1. *Devoluciones de uniformes de personal de almacén.*
- 6084792.4. *Devoluciones de uniformes de personal de animación.*
- 6084793.4. *Devoluciones de uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo.*
- 6084794.5. *Devoluciones de uniformes de personal de salones de congresos y convenciones.*

	6084795.5.	<i>Devoluciones de uniformes de personal de tiendas propias.</i>
	6084796.1.	<i>Devoluciones de uniformes de personal del servicio médico.</i>
	6084797.0.	<i>Devoluciones de uniformes de personal de dirección-administración.</i>
	6084799.1.	<i>Devoluciones de otros uniformes de personal.</i>
	60848.0.	<i>Devoluciones de compras de material de oficina.</i>
	60849.1.	<i>Devoluciones de compras de otros materiales almacenables de consumo.</i>
6087.1.		<i>Descuentos por reclamaciones en servicios prestados por otras empresas⁵⁴.</i>
	60870.1.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios a clientes desviados por sobrecontratación.</i>
	608700.2.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicio de alojamiento a clientes clientes desviados por sobrecontratación.</i>
	608701.3.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios de comidas y bebidas a clientes desviados por sobrecontratación.</i>
	60871.3.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de restauración.</i>
	60872.1.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de lavandería.</i>
	608720.1.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de limpieza de ropa de la casa.</i>
	608721.4.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de limpieza de ropa de clientes.</i>
	60873.1.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de limpieza.</i>
	60874.4.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de animación.</i>
	60875.5.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos para congresos y convenciones.</i>
	60876.5.	<i>Descuentos por reclamaciones en servicios externos de transporte para excursiones.</i>
	60879.1.	<i>Descuentos por reclamaciones en otros servicios prestados por otras empresas.</i>

⁵⁴ Descuentos y similares, posteriores a la recepción de la factura, originados por reclamaciones presentadas por el hotel como consecuencia de las deficiencias probadas en las prestaciones de los servicios que, formando parte del proceso de producción propio, se encargaron a otras empresas.

- 609.1. Rappels por compras.
- 6090.3. *Rappels por compras de alimentos no perecederos (economato).*
 - 6091.3. *Rappels por compras de alimentos perecederos (cámaras).*
 - 6092.3. *Rappels por compras de bebidas (bodega).*
 - 6093.5. *Rappels por compras de mercaderías.*
 - 6094.1. *Rappels por compras de otros aprovisionamientos.*
 - 60941.1. *Rappels por compras de combustibles.*
 - 60942.1. *Rappels por compras de repuestos y materiales de reparación.*
 - 60943.2. *Rappels por compras de detalles de acogida (productos de bienvenida).*
 - 60944.1. *Rappels por compras de material de limpieza y lavado.*
 - 60945.1. *Rappels por compras de materiales diversos.*
 - 609450.4. *Rappels por compras de material de animación.*
 - 609451.4. *Rappels por compras de material para uso deportivo y de recreo.*
 - 609452.5. *Rappels por compras de productos de salón de belleza (cosméticos).*
 - 609453.0. *Rappels por compras de artículos varios de publicidad y propaganda.*
 - 609454.2. *Rappels por compras de papelería y material de escritorio.*
 - 609455.2. *Rappels por compras de tarjetas de cerradura electrónica.*
 - 609456.1. *Rappels por compras de medicamentos y material sanitario de consumo.*
 - 609459.1. *Rappels por compras de otro material diverso.*
 - 60946.1. *Rappels por compras de envases y embalajes.*
 - 609460.3. *Rappels por compras de envases y embalajes de los servicios de comidas y bebidas.*
 - 609461.5. *Rappels por compras de envases de tienda de joyería y regalos.*
 - 60947.1. *Rappels por compras de uniformes de personal.*
 - 609470.1. *Rappels por compras de uniformes de personal de recepción, y reservas.*
 - 609471.2. *Rappels por compras de uniformes de personal de pisos.*
 - 609472.3. *Rappels por compras de uniformes de personal de cocina.*

- 609473.3. *Rappels por compras de uniformes de personal de restaurante-comedor.*
- 609474.3. *Rappels por compras de uniformes de personal de bares-cafeterías.*
- 609475.3. *Rappels por compras de uniformes de personal de salas de fiestas.*
- 609476.3. *Rappels por compras de uniformes de personal de room-service.*
- 609477.1. *Rappels por compras de uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
- 609478.1. *Rappels por compras de uniformes de personal de lavandería y lencería.*
- 609479.1. *Rappels por compras de uniformes de otro personal.*
 - 6094790.1. *Rappels por compras de uniformes de personal del servicio técnico.*
 - 6094791.1. *Rappels por compras de uniformes de personal de almacén.*
 - 6094792.4. *Rappels por compras de uniformes de personal de animación.*
 - 6094793.4. *Rappels por compras de uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo.*
 - 6094794.5. *Rappels por compras de uniformes de personal de salones de congresos y convenciones.*
 - 6094795.5. *Rappels por compras de uniformes de personal de tiendas propias.*
 - 6094796.1. *Rappels por compras de uniformes de personal del servicio médico.*
 - 6094797.0. *Rappels por compras de uniformes de personal de dirección-administración.*
 - 6094799.1. *Rappels por compras de otros uniformes de personal.*
- 60948.0. *Rappels por compras de material de oficina.*
- 60949.1. *Rappels por compras de otros materiales almacenables de consumo.*
- 6097.1. *Rappels en servicios prestados por otras empresas.*

- 60970.1. *Rappels en servicios a clientes desviados por sobrecontratación.*
 - 609700.2. *Rappels en servicio de alojamiento a clientes desviados por sobrecontratación.*
 - 609701.3. *Rappels en servicios de comidas y bebidas a clientes desviados por sobrecontratación.*
 - 60971.3. *Rappels en servicios externos de restauración.*
 - 60972.1. *Rappels en servicios externos de lavandería.*
 - 609720.1. *Rappels en servicios externos de limpieza de ropa de la casa.*
 - 609721.4. *Rappels en servicios externos de limpieza de ropa de clientes.*
 - 60973.1. *Rappels en servicios externos de limpieza.*
 - 60974.4. *Rappels en servicios externos de animación.*
 - 60975.5. *Rappels en servicios externos para congresos y convenciones.*
 - 60976.5. *Rappels en servicios externos de transporte para excursiones.*
 - 60979.1. *Rappels en otros servicios prestados por otras empresas.*
61. VARIACIÓN DE EXISTENCIAS.
- 610.3. *Variación de existencias de alimentos no perecederos (economato).*
 - 611.3. *Variación de existencias de alimentos perecederos (cámaras).*
 - 612.3. *Variación de existencias de bebidas (bodega).*
 - 613.5. *Variación de existencias de mercaderías.*
 - 614.1. *Variación de existencias de otros aprovisionamientos.*
 - 6141.1. *Variación de existencias de combustibles.*
 - 6142.1. *Variación de existencias de repuestos y materiales de reparación.*
 - 6143.2. *Variación de existencias de detalles de acogida (productos de bienvenida).*
 - 6144.1. *Variación de existencias de material de limpieza y lavado.*
 - 6145.1. *Variación de existencias de materiales diversos.*
 - 61450.4. *Variación de existencias de material de animación.*
 - 61451.4. *Variación de existencias de material para uso deportivo y de recreo.*
 - 61452.5. *Variación de existencias de productos de salón de belleza (cosméticos).*
 - 61453.0. *Variación de existencias de artículos varios de publicidad y propaganda.*

- 61454.2. *Variación de existencias de papelería y material de escritorio.*
- 61455.2. *Variación de existencias de tarjetas de cerradura electrónica.*
- 61456.1. *Variación de existencias de medicamentos y material sanitario de consumo.*
- 61459.1. *Variación de existencias de otro material diverso.*
- 6146.1. *Variación de existencias de envases y embalajes.*
 - 61460.3. *Variación de existencias de envases y embalajes de los servicios de comidas y bebidas.*
 - 61461.5. *Variación de existencias de envases de tienda de joyería y regalos.*
- 6147.1. *Variación de existencias de uniformes de personal.*
 - 61470.1. *Variación de existencias de uniformes de personal de recepción, conserjería y reservas.*
 - 61471.2. *Variación de existencias de uniformes de personal de pisos.*
 - 61472.3. *Variación de existencias de uniformes de personal de cocina.*
 - 61473.3. *Variación de existencias de uniformes de personal de restaurante-comedor.*
 - 61474.3. *Variación de existencias de uniformes de personal de bares-cafeterías.*
 - 61475.3. *Variación de existencias de uniformes de personal de salas de fiestas.*
 - 61476.3. *Variación de existencias de uniformes de personal de room-service.*
 - 61477.1. *Variación de existencias de uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 61478.1. *Variación de existencias de uniformes de personal de lavandería y lencería.*
 - 61479.1. *Variación de existencias de uniformes de otro personal.*
 - 614790.1. *Variación de existencias de uniformes de personal del servicio técnico.*
 - 614791.1. *Variación de existencias de uniformes de personal de almacén.*
 - 614792.4. *Variación de existencias de uniformes de personal de animación.*
 - 614793.4. *Variación de existencias de uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo.*
 - 614794.5. *Variación de existencias de uniformes de personal de salones de congresos y convenciones.*
 - 614795.5. *Variación de existencias de uniformes de personal de tiendas propias.*
 - 614796.1. *Variación de existencias de uniformes de personal del servicio médico.*
 - 614797.0. *Variación de existencias de uniformes de personal de dirección-administración.*
 - 614799.1. *Variación de existencias de otros uniformes de personal.*

- 6148.0.** *Variación de existencias de material de oficina.*
6149.1. *Variación de existencias de otros materiales almacenables de consumo.*

62. SERVICIOS EXTERIORES.

620.1. Gastos en investigación y desarrollo del ejercicio.

6200.1. *Proyectos de aplicaciones informáticas.*

621.1. Arrendamientos y cánones.

6210.1. *Arrendamientos.*

62100.2. *Arrendamientos de elementos afectos al servicio de alojamiento.*

62101.3. *Arrendamientos de elementos afectos al servicio de comidas y bebidas.*

62102.4. *Arrendamientos de elementos afectos a otros servicios generales a los clientes.*

62103.5. *Arrendamientos de elementos afectos a otras actividades accesorias a la explotación principal.*

62104.1. *Arrendamientos de elementos comunes.*

6211.1. *Cánones.*

62110.0. *Cánones por franquicias.*

62111.1. *Cánones por aplicaciones informáticas.*

62112.0. *Sociedad General de Autores⁵⁵.*

622.1. Reparaciones y conservación.

6220.1. *Reparaciones realizadas por terceros.*

62200.2. *Reparaciones de elementos afectos al servicio de alojamiento.*

62201.3. *Reparaciones de elementos afectos al servicio de comidas y bebidas.*

62202.4. *Reparaciones de elementos afectos a otros servicios generales a los clientes.*

62203.5. *Reparaciones de elementos afectos a otras actividades accesorias a la explotación principal.*

62204.1. *Reparaciones de elementos comunes.*

6221.1. *Conservación.*

62210.1. *Mantenimiento de vehículos.*

55 Cantidades fijas o variables que se satisfacen a la Sociedad General de Autores por el derecho al uso o a la concesión de uso de creaciones artísticas.

- 622100.1. *Mantenimiento de vehículos para el transporte de clientes.*
- 622101.1. *Mantenimiento de vehículos para el transporte del personal.*
- 622102.1. *Mantenimiento de vehículos para el transporte de mercancías.*
- 62211.1. *Mantenimiento de ascensores.*
 - 622110.1. *Mantenimiento de ascensores.*
 - 622111.1. *Mantenimiento de montacargas.*
 - 622112.3. *Mantenimiento de montaplatos.*
- 62212.1. *Mantenimiento de equipo informático.*
 - 622120.1. *Mantenimiento de hardware.*
 - 622121.1. *Mantenimiento de software.*
- 62213.1. *Mantenimiento de centralita e instalaciones telefónicas.*
- 62214.1. *Mantenimiento de material contra incendios.*
- 62215.1. *Mantenimiento de instalaciones de seguridad.*
- 62219.1. *Otros contratos de mantenimiento.*
- 6229.1. *Dotación a la provisión para grandes reparaciones.*
 - 62290.2. *Dotación a la provisión para reparaciones de elementos afectos al servicio de alojamiento.*
 - 62291.3. *Dotación a la provisión para reparaciones de elementos afectos al servicio de comidas y bebidas.*
 - 62292.4. *Dotación a la provisión para reparaciones de elementos afectos a otros servicios generales a los clientes.*
 - 62293.5. *Dotación a la provisión para reparaciones de elementos afectos a otras actividades accesorias a la explotación principal.*
 - 62294.1. *Dotación a la provisión para reparaciones de elementos comunes.*

56 Importe de las comisiones reconocidas por el hotel a agencias de viajes y similares por la actividad de mediación realizada en la reserva de servicios en favor de clientes. Estas cuentas se cargarán por la comisión otorgada, normalmente con abono a la cuenta 41000. Agencias de viajes y otros agentes intermediarios acreedores, o a las cuentas del grupo 7 que registren los ingresos generados por la prestación efectiva de los servicios a los usuarios.

- 623.1. Servicios de profesionales independientes.
- 6230.1. **Comisiones a agencias de viajes y otros agentes intermediarios⁵⁶.**
 - 62300.2. **Comisiones a agentes intermediarios por reservas de alojamiento.**
 - 62301.3. **Comisiones a agentes intermediarios por reservas de servicios de comidas y bebidas.**
 - 62302.5. **Comisiones a agentes intermediarios por servicios contratados de salones de congresos y convenciones.**
 - 6231.5. **Servicios de informadores y guías turísticos.**
 - 6232.1. **Servicios de formación del personal.**
 - 6233.0. **Servicios jurídicos.**
 - 6234.0. **Servicios de notarios y registradores.**
 - 6235.0. **Servicios de asesoría y gestión.**
 - 6236.0. **Servicios de auditoría.**
 - 6237.1. **Servicios médicos.**
 - 6238.1. **Servicios de informática.**
 - 6239.1. **Otros servicios de profesionales independientes.**
- 624.1. Transportes.
- 6240.1. **Transfer⁵⁷.**
 - 6241.1. **Otros gastos por transporte colectivo de clientes.**
 - 6242.5. **Transporte excursiones.**
 - 6243.1. **Taxis clientes.**
 - 6244.1. **Transporte colectivo del personal.**
- 625.1. Primas de seguros.
- 6250.1. **Seguro del edificio.**
 - 6251.1. **Seguro de incendios.**
 - 6252.1. **Seguro de responsabilidad civil.**
 - 6253.1. **Seguro de averías.**

57 Gastos de transporte, por traslado de clientes, a cargo del hotel y realizados por terceros (usualmente con esta denominación se hace referencia a los desplazamientos aeropuerto-hotel-aeropuerto).

- 6254.1. Seguro de vehículos.
 - 62540.1. Seguro de vehículos para el transporte de clientes.
 - 62541.1. Seguro de vehículos para el transporte del personal.
 - 62542.1. Seguro de vehículos para el transporte de mercancías.
- 6259.1. Seguros varios.
- 626.1. Servicios bancarios y similares.
 - 6260.0. Comisión por gestión de cobro de efectos y asimilados.
 - 6261.0. Comisión por cobro a través de tarjetas de crédito.
 - 6262.4. Comisión por cambio de divisas.
 - 6263.4. Comisión por cambio de cheques de viaje.
 - 6269.0. Otros gastos por servicios bancarios.
- 627.0. Publicidad, promoción y relaciones públicas.
 - 6270.0. Publicidad.
 - 62700.0. Publicidad en catálogos, folletos y guías.
 - 62701.0. Folletos, diapositivas y fotos.
 - 62709.0. Publicidad en otros medios y soportes.
 - 6271.0. Promoción.
 - 62710.0. Exposiciones, ferias y congresos.
 - 62711.0. Cartas promoción.
 - 62712.0. Juegos y entretenimientos.
 - 62713.0. Obsequios y regalos.
 - 62714.0. Otro material promocional.
 - 62715.0. Invitaciones a agencias, guías y varias.
 - 62716.0. Atenciones por ofertas de ventas.
 - 6272.0. Relaciones públicas.
 - 62720.0. Flores.
 - 62721.0. Atenciones por quejas/reclamaciones.
 - 62722.0. Invitaciones.
 - 62723.0. Patrocinio de equipos deportivos.

- 62724.0. *Realización de actividades culturales.*
- 62725.0. *Subvenciones y donativos.*
- 62729.0. *Otras actividades de relaciones públicas.*
- 628.1. Suministros.
 - 6280.1. *Luz y fuerza.*
 - 6281.1. *Agua.*
 - 6282.3. *Gas.*
 - 62820.3. *Propano.*
 - 62821.3. *Butano.*
 - 6289.1. *Otros suministros.*
- 629.1. Otros servicios.
 - 6290.1. *Comunicaciones.*
 - 62900.1. *Teléfono.*
 - 629000.1. *Cuota de abono.*
 - 629001.4. *Teléfono de clientes.*
 - 6290010.4. *Pasos de huéspedes⁵⁸.*
 - 6290011.4. *Pasos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo⁵⁹.*
 - 629002.1. *Teléfono casa⁶⁰.*
 - 62901.1. *Red teleproceso.*
 - 62902.1. *Líneas de fax.*
 - 629020.1. *Cuota de abono.*
 - 629021.4. *Fax de clientes.*
 - 6290210.4. *Pasos de huéspedes.*
 - 6290211.4. *Pasos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.*
 - 629022.1. *Fax casa.*

58 Gastos, por la utilización del servicio de teléfono, cargados a las habitaciones ocupadas por los clientes.

59 Gastos, por la utilización del servicio de teléfono, correspondientes a clientes de paso (no alojados) o a clientes alojados que pagan al contado.

60 Gastos de teléfono derivados de llamadas realizadas por el personal del hotel en el desempeño de sus funciones.

- 62903.1. *Télex y teletipos.*
- 62904.0. *Correo.*
- 62905.0. *Telégrafo.*
- 62906.0. *Mensajería.*
- 6291.0. *Material de oficina.*
 - 62910.0. *Impresos.*
 - 62911.0. *Material informático.*
 - 62912.0. *Reprografía.*
 - 62919.0. *Otro material de oficina.*
- 6292.1. *Gastos de viaje del personal.*
 - 62920.1. *Gastos de desplazamiento.*
 - 62921.1. *Gastos de alojamiento.*
 - 62922.1. *Gastos de manutención.*
- 6293.1. *Servicios de vigilancia y seguridad.*
- 6294.1. *Servicios de desinsectación y desinfección.*
- 6295.1. *Carburantes.*
 - 62950.1. *Carburantes de vehículos para el transporte de clientes.*
 - 62951.1. *Carburantes de vehículos para el transporte del personal.*
 - 62952.1. *Carburantes de vehículos para el transporte de mercancías.*
- 6299.1. *Otros gastos diversos.*
 - 62990.0. *Cuotas federación empresarial.*
 - 62991.0. *Cuotas asociaciones.*
 - 62992.1. *Cuotas de hilo musical.*
 - 62993.1. *Cuotas de televisión.*
 - 62994.2. *Fichas y libros de policía.*
 - 62995.0. *Suscripciones.*
 - 62996.0. *Revistas y prensa.*
 - 62997.0. *Flores y adornos.*

62998.1. Medicamentos botiquín.

62999.1. Otros gastos.

63. TRIBUTOS.

630. Impuesto sobre beneficios.

631.0. Otros tributos.

632. Sociedades transparentes, efecto impositivo.

6320. Retenciones e ingresos a cuenta soportados por sociedades transparentes.

6323. Ajustes negativos en la imposición en sociedades transparentes.

6328. Ajustes positivos en la imposición en sociedades transparentes.

633. Ajustes negativos en la imposición sobre beneficios.

634.0. Ajustes negativos en la imposición indirecta.

6341.0. Ajustes negativos en IVA de circulante.

6342.0. Ajustes negativos en IVA de inversiones.

6343.0. Ajustes negativos en IGIC, de circulante.

6344.0. Ajustes negativos en IGIC, de inversión.

635. Impuesto sobre beneficios extranjero.

636.0. Devolución de impuestos.

638. Ajustes positivos en la imposición sobre beneficios.

639.0. Ajustes positivos en la imposición indirecta.

6391.0. Ajustes positivos en IVA de circulante.

6392.0. Ajustes positivos en IVA de inversiones.

6393.0. Ajustes positivos en IGIC, de circulante.

6394.0. Ajustes positivos en IGIC, de inversión.

64. GASTOS DE PERSONAL ⁶¹.

640.1. Sueldos y salarios.

61 El desglose propuesto en la subcuenta 6400. Salario base será trasladable a las distintas cuentas y subcuentas diferenciadas en este subgrupo.

- 6400.1. **Salario base.**
 - 64000.1. **Salario base personal de recepción, conserjería y reservas.**
 - 64001.2. **Salario base personal de pisos.**
 - 64002.3. **Salario base personal de cocina.**
 - 64003.3. **Salario base personal de restaurante-comedor.**
 - 64004.3. **Salario base personal de bares-cafeterías.**
 - 64005.3. **Salario base personal de salas de fiestas.**
 - 64006.3. **Salario base personal de room-service.**
 - 64007.1. **Salario base personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).**
 - 64008.1. **Salario base personal de lavandería y lencería.**
 - 64009.1. **Salario base otro personal.**
 - 640090.1. **Salario base personal del servicio técnico.**
 - 640091.1. **Salario base personal de almacén.**
 - 640092.4. **Salario base personal de animación.**
 - 640093.4. **Salario base personal de zonas deportivas y de recreo.**
 - 640094.5. **Salario base personal de salones de congresos y convenciones.**
 - 640095.5. **Salario base personal de tiendas propias.**
 - 640096.1. **Salario base personal del servicio médico.**
 - 640097.0. **Salario base personal de dirección-administración.**
 - 6401.1. **Complementos salariales.**
 - 6402.1. **Gratificaciones.**
 - 6403.1. **Pagas extraordinarias.**
 - 6404.1. **Vacaciones.**
 - 6405.1. **Bolsa de vacaciones.**
- 641.1. Indemnizaciones.
 - 642.1. Seguridad Social a cargo de la empresa.
 - 643.1. Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones.

- 649.1. Otros gastos sociales ⁶².
- 6490.1. Gastos de alojamiento.**
 - 6491.1. Gastos de manutención.**
 - 6492.1. Gastos por uniformes de personal.**
 - 6493.1. Seguros colectivos.**
 - 6494.1. Programas de formación y promoción del personal.**
 - 6495.1. Atenciones al personal.**
 - 6496.1. Gastos de transporte.**
 - 6499.1. Gastos sociales varios.**

65. OTROS GASTOS DE GESTIÓN.

- 650.1. Pérdidas de créditos comerciales incobrables.
- 6500.1. Pérdidas por insolvencias firmes de tráfico a corto plazo.**
 - 65000.1. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes.**
 - 650001.1. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes particulares individuales.**
 - 650002.1. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes particulares grupos.**
 - 650003.1. Pérdidas por insolvencias firmes de agencias de viajes nacionales.**
 - 650004.1. Pérdidas por insolvencias firmes de tour-operadores extranjeros.**
 - 650005.1. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes empresas.**
 - 650006.3. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes eventos especiales.**
 - 650007.5. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes salones de congresos y convenciones.**
 - 650008.1. Pérdidas por insolvencias firmes de clientes por sobrecontratación.**

62 Gastos de naturaleza social realizados en cumplimiento de una disposición legal o voluntariamente por el hotel. Se citan, a título indicativo, los gastos de alojamiento y manutención, los gastos por uniformes, primas por contratos de seguros colectivos, los gastos derivados de programas de formación y promoción, los de transportes o los de atenciones al personal, etc.

Estas cuentas se cargarán por el importe de los gastos, generalmente con abono a cuentas de tesorería (cuando se satisfacen en efectivo), a cuentas que representen las deudas respectivas, a cuentas del subgrupo 70 (cuando se trate de los mismos servicios que el hotel destina a la venta y que por tanto ofrece a terceros) o a cuentas de las que se desglosa la 755. Ingresos por servicios al personal (cuando los gastos que supone prestar el servicio se contabilizaron previamente en otras cuentas del grupo 6 atendiendo a su naturaleza).

- 65001.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de deudores.*
 - 650010.5. *Pérdidas por insolvencias firmes de deudores por comisiones de carácter habitual.*
 - 650011.5. *Pérdidas por insolvencias firmes de deudores por arrendamientos de carácter regular.*
 - 650012.2. *Pérdidas por insolvencias firmes de deudores por reservas a clientes no presentados.*
 - 650018.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de otros deudores.*
 - 650019.0. *Pérdidas por insolvencias firmes de deudores por operaciones en común.*
- 6501.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de tráfico a largo plazo.*
 - 65010.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de clientes a largo plazo.*
 - 65011.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de deudores varios a largo plazo.*
- 6502.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de tráfico a corto plazo de empresas del grupo.*
- 6503.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de tráfico a largo plazo de empresas del grupo.*
- 6504.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de tráfico a corto plazo de empresas asociadas.*
- 6505.1. *Pérdidas por insolvencias firmes de tráfico a largo plazo de empresas asociadas.*
- 651.0. Resultados de operaciones en común.
 - 6510.0. Beneficio transferido (gestor).
 - 6511.0. Pérdida soportada (partícipe o asociado no gestor).
- 652.1. *Depreciación, pérdidas y roturas de equipo de servicio en uso.*
 - 6520.1. *Regularización de equipo de servicio en uso de pisos.*
 - 65200.1. *Regularización de lencería en uso de pisos.*
 - 65200.2. *Regularización de ropa de habitaciones en uso.*
 - 65200.1.2. *Regularización de ropa de cuarto de baño en uso.*
 - 65200.2.3. *Regularización de mantelería en uso de pisos.*
 - 65201.3. *Regularización de vajilla en uso de pisos.*
 - 65202.3. *Regularización de cristalería en uso de pisos.*
 - 65203.3. *Regularización de cubertería en uso de pisos.*
 - 65204.3. *Regularización de orfebrería en uso de pisos.*
 - 65209.2. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de pisos.*

- 6521.3. *Regularización de equipo de servicio en uso de cocina.*
 - 65210.3. *Regularización de lencería en uso de cocina.*
 - 652102.3. *Regularización de mantelería en uso de cocina.*
 - 65211.3. *Regularización de vajilla en uso de cocina.*
 - 65212.3. *Regularización de cristalería en uso de cocina.*
 - 65213.3. *Regularización de cubertería en uso de cocina.*
 - 65214.3. *Regularización de orfebrería en uso de cocina.*
 - 65219.3. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de cocina.*
- 6522.3. *Regularización de equipo de servicio en uso de restaurante-comedor.*
 - 65220.3. *Regularización de lencería en uso de restaurante-comedor.*
 - 652202.3. *Regularización de mantelería en uso de restaurante-comedor.*
 - 65221.3. *Regularización de vajilla en uso de restaurante-comedor.*
 - 65222.3. *Regularización de cristalería en uso de restaurante-comedor.*
 - 65223.3. *Regularización de cubertería en uso de restaurante-comedor.*
 - 65224.3. *Regularización de orfebrería en uso de restaurante-comedor.*
 - 65229.3. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de restaurante-comedor.*
- 6523.3. *Regularización de equipo de servicio en uso de bares-cafeterías.*
 - 65230.3. *Regularización de lencería en uso de bares-cafeterías.*
 - 652302.3. *Regularización de mantelería en uso de bares-cafeterías.*
 - 65231.3. *Regularización de vajilla en uso de bares-cafeterías.*
 - 65232.3. *Regularización de cristalería en uso de bares-cafeterías.*
 - 65233.3. *Regularización de cubertería en uso de bares-cafeterías.*
 - 65234.3. *Regularización de orfebrería en uso de bares-cafeterías.*
 - 65239.3. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de bares-cafeterías.*
- 6524.3. *Regularización de equipo de servicio en uso de salas de fiestas.*
 - 65240.3. *Regularización de lencería en uso de salas de fiestas.*
 - 652402.3. *Regularización de mantelería en uso de salas de fiestas.*
 - 65241.3. *Regularización de vajilla en uso de salas de fiestas.*

- 65242.3. *Regularización de cristalería en uso de salas de fiestas.*
- 65243.3. *Regularización de cubertería en uso de salas de fiestas.*
- 65244.3. *Regularización de orfebrería en uso de salas de fiestas.*
- 65249.3. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de salas de fiestas.*
- 6529.1. *Regularización de equipo de servicio en uso de otros departamentos del hotel.*
- 65290.4. *Regularización de equipo de servicio en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 652900.4. *Regularización de lencería en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 6529009.4. *Regularización de otra ropa en uso de zonas deportivas y de recreo.*
 - 652909.4. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de zonas deportivas y de recreo.*
- 65291.5. *Regularización de equipo de servicio en uso de tiendas (Salón de belleza).*
 - 652910.5. *Regularización de lencería en uso de tiendas (Salón de belleza).*
 - 6529109.5. *Regularización de otra ropa en uso de tiendas (Salón de belleza).*
 - 652919.5. *Regularización de otro equipo de servicio en uso de tiendas (Salón de belleza).*
- 653.1. *Depreciación, pérdidas y roturas de uniformes de personal en uso.*
 - 6530.1. *Regularización de uniformes de personal de recepción, conserjería y reservas en uso.*
 - 6531.2. *Regularización de uniformes de personal de pisos en uso.*
 - 6532.3. *Regularización de uniformes de personal de cocina en uso.*
 - 6533.3. *Regularización de uniformes de personal de restaurante-comedor en uso.*
 - 6534.3. *Regularización de uniformes de personal de bares-cafeterías en uso.*
 - 6535.3. *Regularización de uniformes de personal de salas de fiestas en uso.*
 - 6536.3. *Regularización de uniformes de personal de room-service en uso.*
 - 6537.1. *Regularización de uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles) en uso.*
 - 6538.1. *Regularización de uniformes de personal de lavandería y lencería en uso.*
 - 6539.1. *Regularización de uniformes en uso de otro personal en uso.*
 - 65390.1. *Regularización de uniformes de personal del servicio técnico en uso.*

- 65391.1. *Regularización de uniformes de personal de almacén en uso.*
- 65392.4. *Regularización de uniformes de personal de animación en uso.*
- 65393.4. *Regularización de uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo en uso.*
- 65394.5. *Regularización de uniformes de personal de salones de congresos y convenciones en uso.*
- 65395.5. *Regularización de uniformes de personal de tiendas propias en uso.*
- 65396.1. *Regularización de uniformes de personal del servicio médico en uso.*
- 65397.0. *Regularización de uniformes de personal de dirección-administración en uso.*
- 65399.0. *Regularización de otros uniformes en uso de personal.*
- 654.3. *Depreciación, pérdidas y roturas de menaje y útiles de cocina en uso.*
- 655.1. *Depreciación, pérdidas y roturas de utillaje.*
 - 6550.2. *Regularización de utillaje de pisos.*
 - 6551.3. *Regularización de utillaje de restaurante-comedor.*
 - 6552.1. *Regularización de utillaje de almacén.*
 - 6553.1. *Regularización de utillaje de lavandería.*
 - 6554.1. *Regularización de utillaje del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).*
 - 6555.4. *Regularización de utillaje de animación.*
 - 6556.4. *Regularización de utillaje de zonas deportivas y de recreo.*
 - 6557.1. *Regularización de utillaje del servicio técnico.*
 - 6558.1. *Regularización de utillaje de terrazas y jardines.*
 - 6559.1. *Regularización de utillaje diverso.*
- 656.1. *Depreciación, pérdidas y roturas de otros utensilios y enseres.*
- 657.1. *Diferencias negativas de arqueo.*
 - 6570.1. *Diferencias negativas de arqueo en moneda nacional.*
 - 65700.0. *Diferencias negativas de arqueo en caja general.*
 - 65701.1. *Diferencias negativas de arqueo en fondo de caja de recepción.*
 - 65702.3. *Diferencias negativas de arqueo en fondo de caja de restaurante-comedor.*
 - 65703.3. *Diferencias negativas de arqueo en fondo de caja de bares-cafeterías.*
 - 65704.3. *Diferencias negativas de arqueo en fondo de caja de salas de fiestas.*

65705.4. Diferencias negativas de arqueo en fondo de caja de zonas deportivas y de recreo.

65706.5. Diferencias negativas de arqueo en fondo de caja de tiendas.

65707.0. Diferencias negativas de arqueo en cajero automático.

6571.4. Diferencias negativas de arqueo en moneda extranjera.

659.1. Otras pérdidas en gestión corriente.

66. GASTOS FINANCIEROS.

661. Intereses de obligaciones y bonos.

6610. Intereses de obligaciones y bonos a largo plazo en empresas del grupo.

6611. Intereses de obligaciones y bonos a largo plazo en empresas asociadas.

6613. Intereses de obligaciones y bonos a largo plazo en otras empresas.

6615. Intereses de obligaciones y bonos a corto plazo en empresas del grupo.

6616. Intereses de obligaciones y bonos a corto plazo en empresas asociadas.

6618. Intereses de obligaciones y bonos a corto plazo en otras empresas.

662. Intereses de deudas a largo plazo.

6620. Intereses de deudas a largo plazo con empresas del grupo.

6621. Intereses de deudas a largo plazo con empresas asociadas.

6622. Intereses de deudas a largo plazo con entidades de crédito.

66220. Intereses de préstamos a largo plazo.

66221. Intereses de deudas a largo plazo por crédito dispuesto.

66222. Intereses de deudas a largo plazo por contratos de arrendamiento financiero.

66229. Intereses de otras deudas a largo plazo con entidades de crédito.

6623. Intereses de deudas a largo plazo con otras empresas.

6624. Rendimientos atribuibles a la provisión para pensiones y obligaciones similares.

663. Intereses de deudas a corto plazo.

6630. Intereses de deudas a corto plazo con empresas del grupo.

6631. Intereses de deudas a corto plazo con empresas asociadas.

6632. Intereses de deudas a corto plazo con entidades de crédito.

- 66320. Intereses de préstamos a corto plazo.**
- 66321. Intereses de deudas a corto plazo por crédito dispuesto.**
- 66322. Intereses de deudas a corto plazo por contratos de arrendamiento financiero.**
- 66329. Intereses de otras deudas a corto plazo con entidades de crédito.**
- 6633. Intereses de deudas a corto plazo con otra empresas.
- 664. Intereses por descuento de efectos.
 - 6640. Intereses por descuento de efectos en entidades de crédito del grupo.
 - 6641. Intereses por descuento de efectos en entidades de crédito asociadas.
 - 6643. Intereses por descuento de efectos en otra entidades de crédito.
- 665. Descuentos sobre ventas por pronto pago.
 - 6650. Descuentos sobre ventas por pronto pago a empresas del grupo.
 - 6651. Descuentos sobre ventas por pronto pago a empresas asociadas.
 - 6653. Descuentos sobre ventas por pronto pago a otras empresas.
 - 66533. Descuentos sobre ventas por pronto pago a agencias de viajes nacionales.**
 - 66534. Descuentos sobre ventas por pronto pago a tour-operadores extranjeros.**
 - 66535. Descuentos sobre ventas por pronto pago a clientes empresas.**
 - 66539. Descuentos sobre ventas por pronto pago a otros clientes.**
- 666. Pérdidas procedentes de valores negociables.
 - 6660. Pérdidas en valores negociables a largo plazo de empresas del grupo.
 - 6661. Pérdidas en valores negociables a largo plazo de empresas asociadas.
 - 6663. Pérdidas en valores negociables a largo plazo de otras empresas.
 - 6665. Pérdidas en valores negociables a corto plazo de empresas del grupo.
 - 6666. Pérdidas en valores negociables a corto plazo de empresas asociados.
 - 6668. Pérdidas en valores negociables a corto plazo de otras empresas.
- 667. Pérdidas de créditos.
 - 6670. Pérdidas de crédito a largo plazo a empresas del grupo.
 - 6671. Pérdidas de créditos a largo plazo a empresas asociadas.
 - 6673. Pérdidas de créditos a largo plazo a otras empresas.

- 6675. Pérdidas de créditos a corto plazo a empresas del grupo.
- 6676. Pérdidas de créditos a corto plazo a empresas asociadas.
- 6678. Pérdidas de créditos a corto plazo a otras empresas.
- 668. Diferencias negativas de cambio.
 - 6680. Diferencias negativas de cambio en tesorería.**
 - 6681. Diferencias negativas de cambio en valores de renta fija, créditos y deudas.**
- 669. Otros gastos financieros.

- 67. PÉRDIDAS PROCEDENTES DEL INMOVILIZADO Y GASTOS EXCEPCIONALES.
 - 670. Pérdidas procedentes de inmovilizado inmaterial.
 - 671. Pérdidas procedentes de inmovilizado material.
 - 672. Pérdidas procedentes de participaciones en capital a largo plazo en empresas del grupo.
 - 673. Pérdidas procedentes de participaciones en capital a largo plazo en empresas asociadas.
 - 674. Pérdidas por operaciones con acciones y obligaciones propias.
 - 675. Donaciones del inmovilizado inmaterial.**
 - 676. Donaciones del inmovilizado material.**
 - 678. Gastos extraordinarios.
 - 679. Gastos y pérdidas de ejercicios anteriores.

- 68. DOTACIONES PARA AMORTIZACIONES ⁶³.
 - 680.0. Amortización de gastos de establecimiento.
 - 681.1. Amortización del inmovilizado inmaterial.
 - 682.1. Amortización del inmovilizado material.

- 69. DOTACIONES A LAS PROVISIONES.
 - 690.1. Dotación al fondo de reversión.

⁶³ Un desglose paralelo al propuesto en el subgrupo 21. Inmovilizaciones inmateriales y en el subgrupo 22. Inmovilizaciones materiales debería efectuarse en este subgrupo, contemplando las consideraciones realizadas en torno a la cuenta 224. Equipo de servicio, uniformes y utillaje.

- 691. Dotación a la provisión del inmovilizado inmaterial⁶⁴.
- 692. Dotación a la provisión del inmovilizado material⁶⁵.
- 693.1. Dotación a la provisión de existencias⁶⁶.
- 694.1. Dotación a la provisión para insolvencias de tráfico⁶⁷.
- 695.1. Dotación a la provisión para otras operaciones de tráfico⁶⁸.
- 696. Dotación a la provisión para valores negociables a largo plazo.
 - 6960. Dotación a la provisión para participaciones en capital a largo plazo en empresas del grupo.
 - 6961. Dotación a la provisión para participaciones en capital a largo plazo en empresas asociadas.
 - 6963. Dotación a la provisión para valores negociables a largo plazo en otras empresas.
 - 6965. Dotación a la provisión para valores de renta fija a largo plazo en empresas del grupo.
 - 6966. Dotación a la provisión para valores de renta fija a largo plazo en empresas asociadas.
- 697. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a largo plazo.
 - 6970. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a largo plazo a empresas del grupo.
 - 6971. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a largo plazo a empresas asociadas.
 - 6973. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a largo plazo a otras empresas.
- 698. Dotación a la provisión para valores negociables a corto plazo.
 - 6980. Dotación a la provisión para valores negociables a corto plazo de empresas del grupo.
 - 6981. Dotación a la provisión para valores negociables a corto plazo de empresas asociadas.
 - 6983. Dotación a la provisión para valores negociables a corto plazo de otras empresas.
- 699. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a corto plazo.
 - 6990. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a corto plazo a empresas del grupo.
 - 6991. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a corto plazo a empresas asociadas.
 - 6993. Dotación a la provisión para insolvencias de créditos a corto plazo a otras empresas.

64 Podría realizarse un desglose semejante al efectuado en el subgrupo 21. Inmovilizaciones inmateriales, sin olvidar que la de ahora es una partida que no se incluye entre el contenido informativo que se ha de presentar segmentado.

65 Un desglose similar al elaborado para el subgrupo 22. Inmovilizaciones materiales podría también efectuarse ahora, considerando igualmente el comentario realizado para la cuenta 691. Dotación a la provisión del inmovilizado inmaterial.

66 Esta partida debe desglosarse de forma semejante al subgrupo 39. Provisiones por depreciación de existencias.

67 Atendiendo al desglose efectuado en las cuentas 490. a 495. debe desagregarse esta partida.

68 La diferenciación realizada en la cuenta 499. Provisión para otras operaciones de tráfico debe llevarse a cabo igualmente ahora.

NOTA:

Dada la extensión de la propuesta de adaptación del cuadro de cuentas, y para evitar repeticiones que no sean imprescindibles, en el desarrollo del **GRUPO 7** introduciremos los siguientes símbolos tras el código de algunas cuentas, con el significado que especificamos a continuación:

- * Se trata de una cuenta o subcuenta para la que debe realizarse un desglose semejante al propuesto para la subcuenta **7000. Ingresos por habitación individual**, es decir, contemplando tanto los sistemas que habitualmente se utilizan para contratar los servicios como el origen geográfico más frecuente de los clientes del establecimiento hotelero.

No debe olvidarse, además, que al realizar la desagregación, en el bloque de codificación denominado de control, el primer dígito, que ya se especifica en la propia cuenta que debe desglosarse, se asignará atendiendo al segmento de actividad concreto en el que se integra la partida.

- * * Indica que se trata de una partida para la que, además de lo que hemos señalado anteriormente, debe añadirse, tras **"Ingresos por otros sistemas de reservas"**, como último concepto de desglose, **"Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo"**, que se utilizará para reflejar el importe de los ingresos percibidos que no es posible identificar y/o asignar a una modalidad de reservas ni a una nacionalidad concreta, por corresponder a clientes de paso en el hotel (no alojados) o a clientes alojados que utilizan los servicios y no los cargan en la factura que tienen abierta en el establecimiento durante su estancia, sino que los pagan al contado. Atendiendo a ello, esta cuenta tendrá como última cifra del primer bloque de dígitos el 7, siendo los dos últimos dígitos del segundo bloque de codificación 0, dado que no es posible señalar el origen geográfico ni el tipo de clientes que genera el ingreso.

GRUPO 7
VENTAS E INGRESOS ⁶⁹

70. PRESTACIONES DE SERVICIOS Y VENTAS DE MERCADERÍAS ⁷⁰.

700.211. Ingresos por prestación de servicio de alojamiento.

7000.211. Ingresos por habitación individual.

70001.221. Habitación individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.

700010.222. España.

700011.223. Alemania.

700012.224. Reino Unido.

700013.225. Benelux.

700014.226. Francia.

700015.227. Italia.

700016.228. Otros países de Europa.

700019.229. Otros países.

70002.231. Habitación individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares en grupos.

700020.232. España.

700021.233. Alemania.

⁶⁹ Ingresos procedentes de prestaciones de servicios y enajenaciones de bienes que son objeto de la actividad ordinaria del hotel. Comprende también otros ingresos, variaciones de existencias y beneficios extraordinarios del ejercicio.

⁷⁰ Con el objetivo de facilitar la labor de obtención de los datos relativos a la distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias del hotel, tanto por categorías de actividades y por mercados geográficos como por tipos de clientes, las distintas cuentas de ingresos habilitadas se desglosan en virtud de las modalidades de prestación de cada servicio que se han estimado como más habituales, desagregándose éstas últimas atendiendo a los canales que con mayor frecuencia se utilizan para efectuar las reservas y desarrollándose en cada uno de ellas, además, cuentas específicas para registrar las operaciones según el origen geográfico más generalizado de los clientes de los establecimientos hoteleros españoles.

No se han pretendido agotar todas las posibilidades y las características concretas de cada hotel (categoría, dimensión, servicios prestados, procedencia de sus clientes, sistemas de reservas aceptados, requerimientos informativos, etc.), pueden aconsejar que las cuentas diferenciadas en el subgrupo 70 sean adaptadas a sus necesidades y a las peculiaridades de las operaciones que realizan.

En la medida en que sean identificables, la nacionalidad del cliente y el canal a través del cual llegó inicialmente al establecimiento determinarán, para cada concepto, las cuentas que deberán abonarse. En general se utilizarán como contrapartida cuentas del grupo 57 ó 43 (en este caso deberán cargarse aquellas cuentas que representen los créditos del hotel con quien asume la responsabilidad del pago de los servicios prestados al usuario).

- 700022.234. **Reino Unido.**
- 700023.235. **Benelux.**
- 700024.236. **Francia.**
- 700025.237. **Italia.**
- 700026.238. **Otros países de Europa.**
- 700029.239. **Otros países.**
- 70003.241. **Habitación individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.**
 - 700030.242. **España.**
 - 700031.243. **Alemania.**
 - 700032.244. **Reino Unido.**
 - 700033.245. **Benelux.**
 - 700034.246. **Francia.**
 - 700035.247. **Italia.**
 - 700036.248. **Otros países de Europa.**
 - 700039.249. **Otros países.**
- 70004.251. **Habitación individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.**
 - 700041.253. **Alemania.**
 - 700042.254. **Reino Unido.**
 - 700043.255. **Benelux.**
 - 700044.256. **Francia.**
 - 700045.257. **Italia.**
 - 700046.258. **Otros países de Europa.**
 - 700049.259. **Otros países.**
- 70005.261. **Habitación individual. Ingresos por reservas de empresas.**
 - 700050.262. **España.**
 - 700051.263. **Alemania.**
 - 700052.264. **Reino Unido.**
 - 700053.265. **Benelux.**

	700054.266.	Francia.
	700055.267.	Italia.
	700056.268.	Otros países de Europa.
	700059.269.	Otros países.
70006.271.		Habitación individual. Ingresos por otros sistemas de reservas⁷¹.
	700060.272.	España.
	700061.273.	Alemania.
	700062.274.	Reino Unido.
	700063.275.	Benelux.
	700064.276.	Francia.
	700065.277.	Italia.
	700066.278.	Otros países de Europa.
	700069.279.	Otros países.
7001.211.*		Ingresos por habitación doble, uso individual.
7002.211.*		Ingresos por habitación doble.
7003.211.*		Ingresos por habitación superior.
7004.211.*		Otros ingresos por alojamiento.
701.311.		Ingresos por prestación de servicios de comidas y bebidas.
7010.311.*		Ingresos por desayunos.
7011.311.		Ingresos por pensiones alimenticias contratadas.
	70110.311.*	Ingresos por media pensión.
	70111.311.*	Ingresos por pensión completa.
7012.311.		Ingresos de restaurantes.
	70120.311.**	Restaurantes. Ingresos por comida.
	70121.311.**	Restaurantes. Ingresos por bebida.

71 En general, en las cuentas que hacen referencia a esta modalidad de reservas, podrían contabilizarse, entre otros, los ingresos que obtiene el hotel por atender aquellos clientes que le remiten otros establecimientos por sobrecontratación. Podría optarse, en cualquier caso, por diferenciar cuentas particulares para reflejar estas operaciones.



- 7013.311. *Ingresos de bares-cafeterías.*
 70130.311.** *Bares-cafeterías. Ingresos por comida.*
 70131.311.** *Bares-cafeterías. Ingresos por bebida.*
- 7014.311. *Ingresos del servicio de habitaciones.*
 70140.311.* *Servicio de habitaciones. Ingresos por comida.*
 70141.311.* *Servicio de habitaciones. Ingresos por bebida.*
- 7015.311. *Ingresos de minibares de habitaciones.*
 70150.311.* *Minibares de habitaciones. Ingresos por comida.*
 70151.311.* *Minibares de habitaciones. Ingresos por bebida.*
- 7016.311. *Ingresos de salas de fiestas.*
 70160.311.** *Salas de fiestas. Ingresos por comida.*
 70161.311.** *Salas de fiestas. Ingresos por bebida.*
- 7017.311. *Ingresos de eventos especiales.*
 70170.311. *Ingresos de banquetes y celebraciones.*
 701700.311.* *Banquetes y celebraciones. Ingresos por comida.*
 701701.311.* *Banquetes y celebraciones. Ingresos por bebida.*
- 70171.311. *Ingresos de comidas de trabajo.*
 701710.311.* *Comidas de trabajo. Ingresos por comida.*
 701711.311.* *Comidas de trabajo. Ingresos por bebida.*
- 70172.311. *Ingresos de coffee-breaks.*
 701720.311.* *Coffee-breaks. Ingresos por comida.*
 701721.311.* *Coffee-breaks. Ingresos por bebida.*
- 70173.311. *Ingresos de cócteles.*
 701730.311.* *Cócteles. Ingresos por comida.*
 701731.311.* *Cócteles. Ingresos por bebida.*
- 7018.311. *Ingresos por otros servicios de comidas y bebidas.*
 70180.311.** *Ingresos por otros servicios de comidas.*
 70181.311.** *Ingresos por otros servicios de bebidas.*

- 702.411. Ingresos por prestación de otros servicios generales a los clientes.**
- 7020.411.* Ingresos por servicios de lavandería.**
 - 7021.411.** Ingresos por comunicaciones (teléfono, fax, télex).**
 - 7022.411.* Ingresos por alquiler de cajas de seguridad.**
 - 7023.411.** Ingresos por actividades deportivas y de recreo.**
 - 7024.411.** Ingresos por actividades de animación turística.**
 - 7025.400. Ingresos por cambio de moneda extranjera.**
 - 70257.400. Cambio de divisas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.**
 - 7026.411.** Ingresos por otros servicios a los clientes.**
- 703.511. Ingresos por actividades accesorias a la explotación principal.**
- 7030.511.* Ingresos de salones de congresos y convenciones.**
 - 7031.511. Ingresos por ventas de mercaderías.**
 - 70310.511.** Ingresos de tienda de joyería y regalos.**
 - 70311.511.** Ingresos de tienda de prensa, fotografía y estanco.**
 - 70319.511.** Ingresos de otras tiendas.**
 - 7032.511.** Ingresos de salón de belleza.**
 - 7033.511.** Ingresos de garaje.**
 - 7034.511.** Ingresos por organización de excursiones.**
 - 7035.500. Ingresos por actividades de mediación de carácter habitual⁷².**
 - 70350.500. Comisiones de máquinas recreativas y expendedoras.**
 - 70351.500. Comisiones por mediación en el alquiler de vehículos.**
 - 70352.500. Comisiones por mediación en la venta de plazas de excursiones.**
 - 70353.500. Comisiones por mediación en la venta de entradas a espectáculos, museos y monumentos.**
 - 70359.500. Otras comisiones de carácter habitual.**

⁷² Cantidades fijas o variables estipuladas como contraprestación de servicios de mediación realizados con carácter ordinario. Se abonarán por el importe de los ingresos, con cargo, generalmente, a cuentas del subgrupo 57 o a las cuentas que correspondan de las que se desglosa la 44000. Deudores por comisiones de carácter habitual.

- 7036.500. Ingresos por arrendamientos de carácter regular⁷³.**
70360.500. Ingresos por arrendamientos de locales comerciales.
70361.500. Ingresos por arrendamientos de zonas de hall.
70362.500. Ingresos por arrendamientos de mostradores/expositores.
70369.500. Ingresos por otros arrendamientos de carácter regular.
- 7037.511.** Ingresos por otras actividades accesorias.**
- 704.111. Ventas de envases y embalajes.
7040.300. Ventas de envases y embalajes de los servicios de comidas y bebidas.
7041.511. Ventas de envases de tienda de joyería y regalos.**
- 708.111. Descuentos por reclamaciones en las prestaciones de servicios⁷⁴.**
7080.211.* Descuentos por reclamaciones en la prestación del servicio de alojamiento.
7081.311.* Descuentos por reclamaciones en la prestación de servicios de comidas y bebidas.
7083.511.* Descuentos por reclamaciones en actividades de salones de congresos y convenciones.
- 709.111. Rappels sobre ventas.
7090.211.* Rappels en servicio de alojamiento.
7091.311.* Rappels en servicios de comidas y bebidas.
7093.511.* Rappels en actividades de salones de congresos y convenciones.

71. VARIACIÓN DE EXISTENCIAS.

- 711.3. Variación de existencias de productos semiterminados.
7110.3. Variación de existencias de elementos de base.
7111.3. Variación de existencias de platos precocinados refrigerados.
7112.3. Variación de existencias de platos precocinados congelados.
7119.3. Variación de existencias de otros productos semiterminados.

⁷³ Ingresos devengados por el alquiler de zonas y espacios del establecimiento hotelero cedidos para el uso o la disposición de terceros, siempre que esta actividad la realice el hotel de manera regular. Se abonarán por el importe de los ingresos, con cargo, generalmente, a cuentas del subgrupo 57 o a las cuentas que procedan de las que se desarrolla la 44001. Deudores por arrendamientos de carácter regular.

⁷⁴ Descuentos y similares, posteriores a la emisión de la factura, originados por reclamaciones efectuadas al hotel por deficiencias probadas en las prestaciones de servicios realizadas a los clientes, que no se ajustaron a las condiciones de contratación o de oferta. Se cargarán por los descuentos concedidos, con abono a las cuentas de los subgrupos 43 ó 57 que correspondan.

- 712.3. Variación de existencias de productos terminados.
7120.3. Variación de existencias de repostería.
7129.3. Variación de existencias de otros productos terminados.

73. TRABAJOS REALIZADOS PARA LA EMPRESA.

- 730.0. Incorporación al activo de gastos de establecimiento.
- 731.1. Trabajos realizados para el inmovilizado inmaterial.
7310.1. Proyectos de aplicaciones informáticas de elaboración propia.
7311.1. Proyectos de aplicaciones informáticas encargados a terceros.
- 732.1. Trabajos realizados para el inmovilizado material.
7320.2. Trabajos realizados para elementos de inmovilizado material afectos al servicio de alojamiento.
7321.3. Trabajos realizados para elementos de inmovilizado material afectos a los servicios de comidas y bebidas.
7322.4. Trabajos realizados para elementos de inmovilizado material afectos a otros servicios generales a los clientes.
7323.5. Trabajos realizados para elementos de inmovilizado material afectos a otras actividades accesorias a la explotación principal.
7324.1. Trabajos realizados para elementos de inmovilizado material comunes.
- 733.1. Trabajos realizados para el inmovilizado material en curso.
- 737.0. Incorporación al activo de gastos de formalización de deudas.

74. SUBVENCIONES A LA EXPLOTACIÓN.

- 740.0. Subvenciones oficiales a la explotación.
7400.0. Subvenciones del Estado.
7401.0. Subvenciones de otras Administraciones Públicas.
74011.0. Subvenciones de la Administración Autonómica.
74012.0. Subvenciones de la Administración Provincial o Insular.
74013.0. Subvenciones de la Administración Municipal.
- 741.0. Otras subvenciones a la explotación.

75. OTROS INGRESOS DE GESTIÓN.
- 751.0. Resultados de operaciones en común.
- 7510.0. Pérdida transferida (gestor).
- 7511.0. Beneficio atribuido (partícipe o asociado no gestor).
- 752.0. Ingresos por arrendamientos de carácter accidental.**
- 753.0. Ingresos de propiedad industrial cedida en explotación.
- 754.0. Ingresos por comisiones percibidas por servicios de carácter accidental.**
- 755.1. Ingresos por servicios al personal⁷⁵.
- 7550.2. Ingresos por servicio de alojamiento al personal.**
- 7551.3. Ingresos por servicios de manutención al personal.**
- 75510.3. Servicios de manutención al personal. Ingresos por comida.**
- 75511.3. Servicios de manutención al personal. Ingresos por bebida.**
- 7552.1. Ingresos por uniformes del personal.**
- 7553.1. Ingresos por seguros colectivos del personal.**
- 7554.1. Ingresos por programas de formación y promoción del personal.**
- 7555.1. Ingresos por atenciones al personal.**
- 7556.1. Ingresos por transporte del personal.**
- 7559.1. Ingresos varios por servicios al personal.**
- 756.2. Cargos por reservas a clientes no presentados⁷⁶.**
- 7560.2. Cargos a agencias de viajes nacionales por reservas a clientes no presentados.**

75 Ingresos por servicios varios facilitados por el hotel a su personal. A las diferentes subcuentas aquí diferenciadas deberá trasladarse el desglose propuesto en la subcuenta 6400. Salario base.

Estas subcuentas se abonarán por el importe de los ingresos, con cargo, generalmente, a cuentas del subgrupo 57 (cuando se cobran al personal en efectivo), a cuentas de desarrollo de la 640. Sueldos y Salarios (cuando se retienen al personal de sus nóminas o constituyen remuneraciones en especie) o a las cuentas que correspondan de las que se desglosa la 649. Otros gastos sociales (cuando el hotel se hace cargo de los gastos derivados de los servicios prestados a su personal que habrán sido contabilizados previamente en otras cuentas del grupo 6).

Si los servicios de alojamiento y manutención facilitados al personal se prestaran en las mismas instalaciones y en condiciones idénticas a las que se ofrecen a clientes externos, las cuentas que deberían abonarse para registrar los ingresos correspondientes no serían, respectivamente, la 7550 y la 7551, sino las que oportunamente se habiliten en el subgrupo 70, dado que se trataría de los mismos servicios que el hotel destina a la venta.

76 Ingresos originados como consecuencia de las cantidades exigidas, en concepto de indemnización, a agencias de viajes, tour-operadores y empresas, por reservas realizadas en favor de clientes que no ocuparon finalmente las habitaciones. Se abonarán por los importes exigidos con cargo, generalmente, a cuentas del subgrupo 57 o a las cuentas que procedan de las que se desglosa la 44002. Deudores por reservas a clientes no presentados.

- 7561.2. *Cargos a tour-operadores extranjeros por reservas a clientes no presentados.*
 - 7562.2. *Cargos a empresas por reservas a empleados no presentados.*
 - 757.1. *Diferencias positivas de arqueo.*
 - 7570.1. *Diferencias positivas de arqueo en moneda nacional.*
 - 75700.0. *Diferencias positivas de arqueo en caja general.*
 - 75701.1. *Diferencias positivas de arqueo en fondo de caja de recepción.*
 - 75702.3. *Diferencias positivas de arqueo en fondo de caja de restaurante-comedor.*
 - 75703.3. *Diferencias positivas de arqueo en fondo de caja de bares-cafeterías.*
 - 75704.3. *Diferencias positivas de arqueo en fondo de caja de salas de fiestas.*
 - 75705.4. *Diferencias positivas de arqueo en fondo de caja de zonas deportivas y de recreo.*
 - 75706.5. *Diferencias positivas de arqueo en fondo de caja de tiendas.*
 - 75707.0. *Cajero automático.*
 - 7571.4. *Diferencias positivas de arqueo en moneda extranjera.*
 - 758.1. *Otros ingresos de gestión.*
 - 7580.1. *Cargos por roturas, desperfectos y pérdidas.*
 - 7581.1. *Depósitos no retirados.*
 - 7589.1. *Otros ingresos.*
 - 759.1. *Ingresos por servicios diversos.*
76. INGRESOS FINANCIEROS.
- 760. Ingresos de participaciones en capital.
 - 7600. Ingresos de participaciones en capital de empresas del grupo.
 - 7601. Ingresos de participaciones en capital de empresas asociadas.
 - 7603. Ingresos de participaciones en capital de otras empresas.
 - 761. Ingresos de valores de renta fija.
 - 7610. Ingresos de valores de renta fija de empresas del grupo.
 - 7611. Ingresos de valores de renta fija de empresas asociadas.
 - 7613. Ingresos de valores de renta fija de otras empresas.

- 7618. Ingresos de participaciones en Fondos de Inversión en Activos del Mercado Monetario.**
762. Ingresos de créditos a largo plazo.
7620. Ingresos de créditos a largo plazo a empresas del grupo.
7621. Ingresos de créditos a largo plazo a empresas asociadas.
7623. Ingresos de créditos a largo plazo a otras empresas.
763. Ingresos de créditos a corto plazo.
7630. Ingresos de créditos a corto plazo a empresas del grupo.
7631. Ingresos de créditos a corto plazo a empresas asociadas.
7633. Ingresos de créditos a corto plazo a otras empresas.
765. Descuentos sobre compras por pronto pago.
7650. Descuentos sobre compras por pronto pago de empresas del grupo.
7651. Descuentos sobre compras por pronto pago de empresas asociadas.
7653. Descuentos sobre compras por pronto pago de otras empresas.
- 76530. Descuentos sobre compras por pronto pago de proveedores de alimentos no perecederos (economato).**
- 76531. Descuentos sobre compras por pronto pago de proveedores de alimentos perecederos (cámaras).**
- 76532. Descuentos sobre compras por pronto pago de proveedores de bebidas (bodega).**
- 76533. Descuentos sobre compras por pronto pago de proveedores de mercaderías.**
- 76534. Descuentos sobre compras por pronto pago de proveedores de otros aprovisionamientos.**
- 76537. Descuentos por pronto pago en servicios prestados por otras empresas.**
766. Beneficios en valores negociables.
7660. Beneficios en valores negociables a largo plazo de empresas del grupo.
7661. Beneficios en valores negociables a largo plazo de empresas asociadas.
7663. Beneficios en valores negociables a largo plazo de otras empresas.
7665. Beneficios en valores negociables a corto plazo de empresas del grupo.
7666. Beneficios en valores negociables a corto plazo de empresas asociadas.
7668. Beneficios en valores negociables a corto plazo de otras empresas.
768. Diferencias positivas de cambio.
- 7680. Diferencias positivas de cambio en tesorería.**

- 7681. Diferencias positivas de cambio en valores de renta fija, créditos y deudas.**
769. Otros ingresos financieros.
77. BENEFICIOS PROCEDENTES DEL INMOVILIZADO E INGRESOS EXCEPCIONALES.
770. Beneficios procedentes de inmovilizado inmaterial.
771. Beneficios procedentes de inmovilizado material.
772. Beneficios procedentes de participaciones en capital a largo plazo en empresas del grupo.
773. Beneficios procedentes de participaciones en capital a largo plazo en empresas asociadas.
774. Beneficios por operaciones con acciones y obligaciones propias.
775. Subvenciones de capital traspasadas al resultado del ejercicio.
- 7750. Subvenciones oficiales de capital traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 77500. Subvenciones del Estado traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 77501. Subvenciones de otras Administraciones Públicas traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 775011. Subvenciones de la Administración Autónoma traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 775012. Subvenciones de la Administración Provincial o Insular traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 775013. Subvenciones de la Administración Municipal traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 7751. Otras subvenciones de capital traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 776. Donaciones de inmovilizado inmaterial traspasadas al resultado del ejercicio.**
- 777. Donaciones de inmovilizado material traspasadas al resultado del ejercicio.**
778. Ingresos extraordinarios.
779. Ingresos y beneficios de ejercicios anteriores.
79. EXCESOS Y APLICACIONES DE PROVISIONES.
- 790.1. Exceso de provisión para riesgos y gastos.
- 7900.1. Exceso de provisión para pensiones y obligaciones similares⁷⁷.**
- 7901.0. Exceso de provisión para impuestos.**

77 Debe realizarse para esta subcuenta el desglose propuesto en 6400. Salario base.

- 7902.1. Exceso de provisión para responsabilidades.**
- 79020.2. Exceso de provisión para responsabilidades derivadas de la prestación del servicio de alojamiento.**
- 79021.3. Exceso de provisión para responsabilidades derivadas de la prestación de los servicios de comidas y bebidas.**
- 79022.4. Exceso de provisión para responsabilidades derivadas de la prestación de otros servicios generales a los clientes.**
- 79023.5. Exceso de provisión para responsabilidades derivadas de otras actividades accesorias a la explotación principal.**
- 79024.0. Exceso de provisión para responsabilidades derivadas de la actividad general.**
- 7903.1. Exceso de provisión para grandes reparaciones.**
- 79030.2. Exceso de provisión para reparaciones de elementos afectos al servicio de alojamiento.**
- 79031.3. Exceso de provisión para reparaciones de elementos afectos a los servicios de comidas y bebidas.**
- 79032.4. Exceso de provisión para reparaciones de elementos afectos a otros servicios generales a los clientes.**
- 79033.5. Exceso de provisión para reparaciones de elementos afectos a otras actividades accesorias a la explotación principal.**
- 79034.1. Exceso de provisión para reparaciones de elementos comunes.**
- 7904.1. Exceso del fondo de reversión.**
- 7905.0. Exceso de provisión por fondo de comercio negativo.**
- 791. Exceso de provisión del inmovilizado inmaterial⁷⁸.
- 792. Exceso de provisión del inmovilizado material⁷⁹.
- 793.1. Provisión de existencias aplicada⁸⁰.
- 794.1. Provisión para insolvencias de tráfico aplicada⁸¹.
- 795.1. Provisión para otras operaciones de tráfico aplicada⁸².

78 Podría realizarse un desglose semejante al efectuado en el subgrupo 21. Inmovilizaciones inmateriales, sin olvidar que la de ahora es una partida que no se incluye entre el contenido informativo que se ha de presentar segmentado.

79 Un desglose similar al elaborado para el subgrupo 22. Inmovilizaciones materiales podría también efectuarse ahora, considerando igualmente el comentario realizado para la cuenta 791. Exceso de provisión del inmovilizado inmaterial.

80 Esta partida debe desglosarse de forma semejante al subgrupo 39. Provisiones por depreciación de existencias.

81 Atendiendo al desglose efectuado en las cuentas 490. a 495. debe desagregarse esta partida.

82 La diferenciación realizada en la cuenta 499. Provisión para otras operaciones de tráfico debe llevarse a cabo igualmente ahora.

- 796. Exceso de provisión para valores negociables a largo plazo.
 - 7960. Exceso de provisión para participaciones en capital a largo plazo en empresas del grupo.
 - 7961. Exceso de provisión para participaciones en capital a largo plazo en empresas asociadas.
 - 7963. Exceso de provisión para valores negociables a largo plazo en otras empresas.
 - 7965. Exceso de provisión para valores de renta fija a largo plazo en empresas del grupo.
 - 7966. Exceso de provisión para valores de renta fija a largo plazo en empresas asociadas.
- 797. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a largo plazo.
 - 7970. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a largo plazo de empresas del grupo.
 - 7971. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a largo plazo de empresas asociadas.
 - 7973. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a largo plazo de otras empresas.
- 798. Exceso de provisión para valores negociables a corto plazo.
 - 7980. Exceso de provisión para valores negociables a corto plazo de empresas del grupo.
 - 7981. Exceso de provisión para valores negociables a corto plazo de empresas asociadas.
 - 7983. Exceso de provisión para valores negociables a corto plazo de otras empresas.
- 799. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a corto plazo.
 - 7990. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a corto plazo de empresas del grupo.
 - 7991. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a corto plazo de empresas asociadas.
 - 7993. Exceso de provisión para insolvencias de créditos a corto plazo de otras empresas.



ANEXO II

Aplicación

del Modelo

Con el objetivo de mostrar de una manera más concreta y gráfica, la naturaleza y la variedad de información que podría generar el modelo propuesto, incorporamos en las páginas siguientes una aplicación del mismo, especificándose, para un hipotético hotel, los datos contables con los que podría contar la dirección de la empresa, tanto para proporcionar a los diversos agentes económicos externos, en la medida en que lo estime oportuno cuando superen los mínimos legales exigidos, como para utilizar en su proceso de toma de decisiones. En el planteamiento de la aplicación, y estrictamente a los efectos de evitar un excesivo desarrollo, hemos introducido algunas hipótesis restrictivas, que en nada alteran la validez de las conclusiones obtenidas ni afectan a la consecución del propósito que perseguimos con ella.

Consideraremos que el hotel ha adoptado el cuadro de cuentas que igualmente hemos sugerido, por lo que en los formatos de presentación de la información se indican los dígitos y la denominación de las cuentas que en él se incluyen para representar cada una de las partidas que integran los diversos epígrafes.

Los responsables del supuesto establecimiento hotelero precisan de informes detallados desagregados por áreas de actividad, por tipos de clientes y por mercados geográficos, con el contenido que señalaremos después para cada segmento.

El hotel proporciona a sus clientes junto al alojamiento, que constituye su función principal, servicios de restauración y otros servicios generales complementarios, no realizando actividades accesorias de ningún otro tipo.

El establecimiento acepta de hecho sólo reservas que se efectúen por clientes particulares individuales, por agencias de viajes nacionales o por tour-operadores extranjeros, dado que no ofrece precios diferenciados cuando se trata de clientes particulares en grupos ni tiene suscritos acuerdos con empresas para aplicar tarifas preferentes.

La política de comercialización desarrollada supone que geográficamente sus clientes procedan exclusivamente de España, Alemania y Reino Unido.

II.1. Información segmentada por áreas de actividad hotelera

En virtud de las conjeturas que hemos establecido, los segmentos de actividad identificables en el hotel son los siguientes:

- Servicio de alojamiento, que se ofrece en habitaciones individuales, en habitaciones dobles (ocupadas a veces por un solo huésped al que se le aplica una tari-

- fa reducida) y en habitaciones de categoría superior. En ocasiones los clientes solicitan camas supletorias o cunas, lo que produce ingresos adicionales por alojamiento.
- Servicios de comidas y bebidas. Además del desayuno, los clientes pueden adquirir media pensión o pensión alimenticia completa. Igualmente el hotel dispone de restaurantes, con servicio a la carta, de bares-cafeterías y de salas de fiestas. Se cuenta con un servicio de comidas en las habitaciones y todas ellas están dotadas también de minibares. Clientes individuales han celebrado banquetes en el establecimiento y a través de agencias de viajes residentes españoles han contratado comidas de trabajo, coffee-breaks y cócteles. En cumplimiento de compromisos adquiridos, el personal puede comer en las instalaciones del hotel.
 - Otros servicios generales a los clientes, entre los que se cuentan los correspondientes al lavado, planchado y arreglo de ropa, comunicaciones (teléfono, fax, etc.), cajas de seguridad individuales, actividades deportivas y de recreo, cambio de moneda extranjera y animación turística.

Por cada uno de los segmentos de actividad hotelera que se han considerado significativos se requiere la información relativa al importe neto de su cifra de negocios y al excedente neto de explotación.

II.1.1. Importe neto de la cifra de negocios

El importe neto de la cifra de negocios distribuido por categorías de actividades, constituye parte del contenido informativo que deben incluir las empresas españolas en su memoria normal.

Como se podrá observar en las páginas posteriores, el modelo que hemos elaborado permite determinar el montante de la cifra de negocios correspondiente a cada segmento de actividad hotelera, pero también los valores que toman los distintos conceptos que dan lugar a la mencionada cifra, diferenciados además atendiendo al procedimiento que utilizó el cliente cuando realizó su reserva al establecimiento hotelero.

El esquema que refleja los importes globales de la cifra de negocios segmentada calculada para el ejercicio económico corriente y la obtenida en el anterior, se podría incorporar en la memoria que formule el hotel como parte integrante de sus cuentas anuales.

Sin duda alguna, para los responsables del establecimiento será de gran utilidad disponer de los datos que muestran la situación y evolución de los ingresos derivados de cada una de sus áreas ordinarias de actividad, pero aún tendrán más interés cuando se ofrecen detallados por cada una de las modalidades en las que se prestan o se comercializan los diversos servicios que constituyen su proceso productivo.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
SERVICIO DE ALOJAMIENTO		
Nº cuenta	Concepto	Importe
70001.221.	Habitación individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70003.241.	Habitación individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70004.251.	Habitación individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70011.221.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70013.241.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70014.251.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70021.221.	Habitación doble. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70023.241.	Habitación doble. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70024.251.	Habitación doble. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70031.221.	Habitación superior. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70032.231.	Habitación superior. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares en grupos.	
70033.241.	Habitación superior. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70034.251.	Habitación superior. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70041.221.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70043.241.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70044.251.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
(70803.241.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.	
(70804.251.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por tour-operadores extranjeros.	
(70903.241.)	Alojamiento. Rappels a agencias de viajes nacionales.	
(70904.251.)	Alojamiento. Rappels a tour-operadores extranjeros.	
Importe neto de la cifra de negocios segmentada		1

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS		
Nº cuenta	Concepto	Importe
70101.321.	Desayunos. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70103.341.	Desayunos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70104.351.	Desayunos: Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701101.321.	Media pensión. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701103.341.	Media pensión. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701104.351.	Media pensión. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701111.321.	Pensión completa. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701113.341.	Pensión completa. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701114.351.	Pensión completa. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701201.321.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701203.341.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701204.351.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701207.300.	Comida-restaurantes. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
701211.321.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701213.341.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701214.351.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701217.300.	Bebida-restaurantes. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
701301.321.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701303.341.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701304.351.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701307.300.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
701311.321.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701313.341.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701314.351.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701317.300.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
701401.321.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS		
Nº cuenta	Concepto	Importe
701403.341.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701404.351.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701411.321.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701413.341.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701414.351.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701501.321.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701503.341.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701504.351.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701511.321.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701513.341.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701514.351.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701601.321.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701603.341.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701604.351.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701607.300.	Comida-salas de fiestas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
701611.321.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
701613.341.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
701614.351.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
701617.300.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
7017001.321.	Comida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
7017011.321.	Bebida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
7017103.342.	Comida-comidas de trabajo. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
7017113.342.	Bebida-comidas de trabajo. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
7017203.342.	Comida-coffee-breaks. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA
 IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS
 SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS

Nº cuenta	Concepto	Importe
7017213.342.	Bebida-coffee-breaks. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
7017303.342.	Comida-cócteles. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
7017313.342.	Bebida-cócteles. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
(70813.341.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.	
(70814.351.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por tour-operadores extranjeros.	
(70913.341.)	Comidas y bebidas. Rappels a agencias de viajes nacionales.	
(70914.351.)	Comidas y bebidas. Rappels a tour-operadores extranjeros.	
Importe neto de la cifra de negocios segmentada		2

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
OTROS SERVICIOS GENERALES A LOS CLIENTES		
Nº cuenta	Concepto	Importe
70201.421.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70203.441.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70204.451.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70211.421.	Comunicaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70213.441.	Comunicaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70214.451.	Comunicaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70217.400.	Comunicaciones. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
70221.421.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70223.441.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70224.451.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70231.421.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70233.441.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70234.451.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70237.400.	Actividades deportivas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
70241.421.	Animación. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
70243.441.	Animación. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70244.451.	Animación. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70247.400.	Animación. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
70257.400.	Cambio de divisas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.	
Importe neto de la cifra de negocios segmentada		3

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA								
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS								
	SEGMENTOS						TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Cifra de negocios neta segmentada primaria	1		2					
Cifra de negocios neta segmentada secundaria					3			
Importe neto total de la cifra de negocios							A	

II.1.2. Excedente neto de explotación

Resulta evidente la conveniencia para la gestión del hotel de los datos asociados al resultado de la explotación originado por la actividad de cada segmento y, por consiguiente, de su participación en el resultado global de la explotación.

Como ya mencionamos, el modelo que hemos sugerido posibilita conocer, para cada segmento de actividad, tanto el denominado excedente bruto de explotación (contraposición de ingresos y gastos directamente asignables), como el excedente neto de explotación (diferencia entre ingresos y gastos atribuibles).

Partiendo de la cifra de negocios segmentada previamente calculada, para fijar los ingresos totales directamente asignables a cada segmento, se han de adicionar otros ingresos que le son propios y que no forman parte de aquélla.

En el caso particular del hotel que estamos considerando, otros ingresos de explotación directamente asignables a las distintas áreas de actividad diferenciadas son los siguientes:

- Servicio de alojamiento: importes exigidos por reservas realizadas en favor de clientes que finalmente no acudieron al establecimiento.
- Servicios de comidas y bebidas: variación de existencias de productos terminados y semiterminados e ingresos por servicios de manutención prestados al personal.
- Otros servicios generales a los clientes: diferencias de arqueo en divisas de carácter positivo.

De igual forma, ofrecemos ordenados los gastos de explotación en los que ha incurrido el hotel durante el ejercicio y que son directamente asignables a cada segmento de actividad. Detraídos de los ingresos totales directamente asignables, se obtendrá el excedente bruto de explotación segmentado, que se ha representado por B, C y D.

Una vez determinada la cifra del excedente bruto de explotación segmentado por cada área de actividad, para establecer el excedente neto de explotación que han generado (E, F y G), se han agregado los importes de los ingresos comunes de explotación que les son asignables y se han deducido los correspondientes a los gastos comunes de explotación asignados.

Atendiendo a sus particularidades, los gestores del hotel decidieron aplicar los criterios que a continuación se especifican para el reparto de las magnitudes comunes entre los segmentos, al considerar que aunque son subjetivos se aproximan a la realidad del establecimiento.

Los ingresos comunes que en concreto se han contabilizado se distribuyen atendiendo a los porcentajes medios que en las facturas a crédito representan cada grupo de servicios prestados. Habría que señalar que a las agencias de viajes y tour-operadores sólo se les ha facturado alojamiento y comidas y bebidas, ya que los clientes que envían abonan siempre el resto de los servicios utilizados.

Las bases empleadas para la imputación de gastos comunes entre los segmentos de actividad, se sintetizan a continuación para los diversos tipos, aplicándose a todas las partidas que se incluyen en cada uno de ellos:

- Metros cúbicos de cada área de actividad que participa de sus prestaciones: combustibles (para calefacción).
- Horas de trabajo empleadas en cada área: gastos relacionados con el servicio técnico.
- Metros cuadrados ocupados por cada área de actividad: gastos asociados a montacargas, ascensores, sistemas contra incendios, instalaciones de seguridad, vigilancia, material de limpieza, desinfección, hilo musical, televisión, construcciones para uso hotelero, seguros, fontanería, climatización, electricidad, instalaciones de teléfono y de red informática.
- Ingresos de cada segmento: gastos vinculados a agua, teléfono (de la casa y cuota de abono), espacios comunes y zonas nobles, terrazas y jardines.
- Potencia instalada y horas de funcionamiento: gastos de consumo de energía eléctrica.
- Gastos por compras de elementos almacenables atribuibles a cada área: gastos de almacén.
- Kilos de ropa entregada por cada área: gastos de lavandería (material, productos, personal e inmovilizado).
- Porcentaje de gastos de personal asignables a cada área: gastos de transporte colectivo de los trabajadores.

Los gastos relacionados con recepción, conserjería y reservas se han distribuido entre el servicio de alojamiento y otros servicios generales a los clientes, en función del porcentaje que les correspondió, respectivamente, del total que significan los ingresos por hospedaje y los correspondientes a comunicaciones y cambio de moneda extranjera. Se exceptúan los gastos debidos a la centralita telefónica, que se reparten en virtud de los gastos de teléfono calculados para cada área.

Los gastos ocasionados por las insolvencias, firmes o posibles, de los clientes, se atribuyeron de acuerdo con los porcentajes que de media representan en las facturas a crédito cada grupo de servicios prestados.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES		
SERVICIO DE ALOJAMIENTO		
Nº cuenta	Concepto	Importe
7560.2.	Cargos a agencias de viajes nacionales por reservas a clientes no presentados.	
7561.2.	Cargos a tour-operadores extranjeros por reservas a clientes no presentados.	
Otros ingresos de explotación directamente asignables		4

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES		
SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS		
Nº cuenta	Concepto	Importe
711.3.	Variación de existencias de productos semiterminados.	
712.3.	Variación de existencias de productos terminados.	
75510.3.	Servicios de manutención al personal. Ingresos por comida.	
75511.3.	Servicios de manutención al personal. Ingresos por bebida.	
Otros ingresos de explotación directamente asignables		5

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES		
OTROS SERVICIOS GENERALES A LOS CLIENTES		
Nº cuenta	Concepto	Importe
7571.4.	Diferencias positivas de arqueo en moneda extranjera.	
Otros ingresos de explotación directamente asignables		6

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA
GASTOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES

SERVICIO DE ALOJAMIENTO

Nº cuenta	Concepto	Importe
6043.2.	Compras de detalles de acogida (productos de bienvenida).	
60454.2.	Compras de papelería y material de escritorio.	
60455.2.	Compras de tarjetas de cerradura electrónica.	
6143.2.	Variación de existencias de detalles de acogida (productos de bienvenida).	
61454.2.	Variación de existencias de papelería y material de escritorio.	
61455.2.	Variación de existencias de tarjetas de cerradura electrónica.	
62300.2.	Comisiones a agentes intermediarios por reservas de alojamiento.	
62994.2.	Fichas y libros de policía.	
64001.2.	Salario base personal de pisos.	
64011.2.	Complementos salariales personal de pisos.	
64031.2.	Pagas extraordinarias personal de pisos.	
64041.2.	Vacaciones personal de pisos.	
6421.2.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de pisos.	
64911.2.	Gastos de manutención personal de pisos.	
652000.2.	Regularización de ropa de habitaciones en uso.	
652001.2.	Regularización de ropa de cuarto de baño en uso.	
6531.2.	Regularización de uniformes de personal de pisos en uso.	
6550.2.	Regularización de utillaje de pisos.	
682293.2.	Amortización de instalaciones técnicas del sistema de cierre electrónico de habitaciones.	
68230.2.	Amortización de maquinaria de pisos.	
682600.2.	Amortización de mobiliario de pisos (servicio de alojamiento).	
682790.2.	Amortización de equipos para procesos de información de pisos.	
Gastos totales de explotación directamente asignables		7

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA		
GASTOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES		
SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS		
Nº cuenta	Concepto	Importe
600.3.	Compras de alimentos no perecederos (economato).	
601.3.	Compras de alimentos perecederos (cámaras).	
602.3.	Compras de bebidas (bodega).	
60411.3.	Compras de propano-butano.	
(6080.3.)	Devoluciones de compras de alimentos no perecederos (economato).	
(6081.3.)	Devoluciones de compras de alimentos perecederos (cámaras).	
(6082.3.)	Devoluciones de compras de bebidas (bodega).	
(6090.3.)	Rappels por compras de alimentos no perecederos (economato).	
(6091.3.)	Rappels por compras de alimentos perecederos (cámaras).	
(6092.3.)	Rappels por compras de bebidas (bodega).	
610.3.	Variación de existencias de alimentos no perecederos (economato).	
611.3.	Variación de existencias de alimentos perecederos (cámaras).	
612.3.	Variación de existencias de bebidas (bodega).	
622112.3.	Mantenimiento de montaplatos.	
62301.3.	Comisiones a agentes intermediarios por reservas de servicios de comidas y bebidas.	
6282.3.	Gas.	
64002.3.	Salario base personal de cocina.	
64003.3.	Salario base personal de restaurante-comedor.	
64004.3.	Salario base personal de bares-cafeterías.	
64005.3.	Salario base personal de salas de fiestas.	
64006.3.	Salario base personal de room-service.	
64012.3.	Complementos salariales personal de cocina.	
64013.3.	Complementos salariales personal de restaurante-comedor.	
64014.3.	Complementos salariales personal de bares-cafeterías.	
64015.3.	Complementos salariales personal de salas de fiestas.	
64016.3.	Complementos salariales personal de room-service.	
64032.3.	Pagas extraordinarias personal de cocina.	
64033.3.	Pagas extraordinarias personal de restaurante-comedor.	
64034.3.	Pagas extraordinarias personal de bares-cafeterías.	
64035.3.	Pagas extraordinarias personal de salas de fiestas.	
64036.3.	Pagas extraordinarias personal de room-service.	
64042.3.	Vacaciones personal de cocina.	
64043.3.	Vacaciones personal de restaurante-comedor.	
64044.3.	Vacaciones personal de bares-cafeterías.	
64045.3.	Vacaciones personal de salas de fiestas.	
64046.3.	Vacaciones personal de room-service.	
6422.3.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de cocina.	
6423.3.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de restaurante-comedor.	
6424.3.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de bares-cafeterías.	
6425.3.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de salas de fiestas.	
6426.3.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de room-service.	
64912.3.	Gastos de manutención personal de cocina.	
64913.3.	Gastos de manutención personal de restaurante-comedor.	
64914.3.	Gastos de manutención personal de bares-cafeterías.	
64915.3.	Gastos de manutención personal de salas de fiestas.	
64916.3.	Gastos de manutención personal de room-service.	

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA
GASTOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES

SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS

Nº cuenta	Concepto	Importe
652002.3.	Regularización de mantelería en uso de pisos.	
65201.3.	Regularización de vajilla en uso de pisos.	
65202.3.	Regularización de cristalería en uso de pisos.	
65203.3.	Regularización de cubertería en uso de pisos.	
65204.3.	Regularización de orfebrería en uso de pisos.	
6521.3.	Regularización de equipo de servicio en uso de cocina.	
6522.3.	Regularización de equipo de servicio en uso de restaurante-comedor.	
6523.3.	Regularización de equipo de servicio en uso de bares-cafeterías.	
6524.3.	Regularización de equipo de servicio en uso de salas de fiestas.	
6532.3.	Regularización de uniformes de personal de cocina en uso.	
6533.3.	Regularización de uniformes de personal de restaurante-comedor en uso.	
6534.3.	Regularización de uniformes de personal de bares-cafeterías en uso.	
6535.3.	Regularización de uniformes de personal de salas de fiestas en uso.	
6536.3.	Regularización de uniformes de personal de room-service en uso.	
654.3.	Depreciación, pérdidas y roturas de menaje y útiles de cocina en uso.	
6822902.3.	Amortización de montaplatos.	
682294.3.	Amortización de instalaciones técnicas de cocina.	
682295.3.	Amortización de instalaciones técnicas de bares-cafeterías.	
682296.3.	Amortización de instalaciones técnicas de salas de fiestas.	
68231.3.	Amortización de maquinaria de cocina.	
68232.3.	Amortización de maquinaria de restaurante-comedor.	
68233.3.	Amortización de maquinaria de bares-cafeterías.	
68234.3.	Amortización de maquinaria de salas de fiestas.	
682601.3.	Amortización de mobiliario de pisos (servicios de comidas y bebidas).	
68262.3.	Amortización de mobiliario de restaurante-comedor.	
68263.3.	Amortización de mobiliario de bares-cafeterías.	
68264.3.	Amortización de mobiliario de salas de fiestas.	
68266.3.	Amortización de mobiliario de cocina.	
682791.3.	Amortización de equipos para procesos de información de cocina.	
682792.3.	Amortización de equipos para procesos de información de restaurante-comedor.	
682793.3.	Amortización de equipos para procesos de información de bares-cafeterías.	
682794.3.	Amortización de equipos para procesos de información de salas de fiestas.	
Gastos totales de explotación directamente asignables		8

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA GASTOS DE EXPLOTACIÓN DIRECTAMENTE ASIGNABLES		
OTROS SERVICIOS GENERALES A LOS CLIENTES		
Nº cuenta	Concepto	Importe
60450.4.	Compras de material de animación.	
60451.4.	Compras de material para uso deportivo y de recreo.	
(608450.4.)	Devoluciones de material de animación.	
(608451.4.)	Devoluciones de material para uso deportivo y de recreo.	
(609450.4.)	Rappels por compras de material de animación.	
(609451.4.)	Rappels por compras de material para uso deportivo y de recreo.	
61450.4.	Variación de existencias de material de animación.	
61451.4.	Variación de existencias de material para uso deportivo y de recreo.	
629001.4.	Teléfono de clientes.	
640092.4.	Salario base personal de animación.	
640093.4.	Salario base personal de zonas deportivas y de recreo.	
640192.4.	Complementos salariales personal de animación.	
640193.4.	Complementos salariales personal de zonas deportivas y de recreo.	
640392.4.	Pagas extraordinarias personal de animación.	
640393.4.	Pagas extraordinarias personal de zonas deportivas y de recreo.	
640492.4.	Vacaciones personal de animación.	
640493.4.	Vacaciones personal de zonas deportivas y de recreo.	
64292.4.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de animación.	
64293.4.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de zonas deportivas y de recreo.	
649192.4.	Gastos de manutención personal de animación.	
649193.4.	Gastos de manutención personal de zonas deportivas y de recreo.	
65290.4.	Regularización de equipo de servicio en uso de zonas deportivas y de recreo.	
65392.4.	Regularización de uniformes de personal de animación en uso.	
65393.4.	Regularización de uniformes de personal de zonas deportivas y de recreo en uso.	
6556.4.	Regularización de utillaje de zonas deportivas y de recreo.	
68211.4.	Amortización de construcciones para uso deportivo y de recreo.	
682297.4.	Amortización de instalaciones técnicas de zonas deportivas y de recreo.	
682392.4.	Amortización de maquinaria de zonas deportivas y de recreo.	
682602.4.	Amortización de mobiliario de pisos (otros servicios generales a los clientes).	
682693.4.	Amortización de mobiliario de zonas deportivas y de recreo.	
682796.4.	Amortización de equipos para procesos de información de zonas deportivas y de recreo.	
Gastos totales de explotación directamente asignables		9

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
794001.1.	Provisión para insolvencias de clientes particulares individuales aplicada.								
794003.1.	Provisión para insolvencias de agencias de viajes nacionales aplicada.								
794004.1.	Provisión para insolvencias de tour-operadores extranjeros aplicada.								
	Ingresos totales de explotación comunes asignados		10		11		12		

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA

CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES

			SEGMENTOS						Base de reparto
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	
60410.1	Compras de gasóleo-fuel.								
6042.1.	Compras de repuestos y materiales de reparación								
6044.1.	Compras de material de limpieza y lavado.								
6141.1.	Variación de existencias de combustibles.								
6142.1.	Variación de existencias de repuestos y materiales de reparación.								
6144.1.	Variación de existencias de material de limpieza y lavado.								
622110.1	Mantenimiento de ascensores.								
622111.1	Mantenimiento de montacau-gas.								
62212.1.	Mantenimiento de equipo informático.								
62213.1	Mantenimiento de centralita e instalaciones telefónicas.								
62214.1.	Mantenimiento de material contra incendios.								
62215.1.	Mantenimiento de instalaciones de seguridad.								
6250.1.	Seguro de edificio.								
6251.1	Seguro de incendios.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA										
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES										
			SEGMENTOS							
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes			
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto	
6280.1.	Luz y fuerza.									
6281.1.	Agua.									
629000.1.	Teléfono. Cuota de abono.									
629002.1.	Teléfono casa.									
62441.	Transporte colectivo del personal.									
6293.1.	Servicios de vigilancia y seguridad.									
6294.1.	Servicios de desinsectación y desinfección.									
62992.1.	Cuotas de hilo musical.									
64000.1.	Salario base personal de recepción, conserjería y reservas.									
64007.1.	Salario base personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).									
64008.1.	Salario base personal de lavandería y lencería.									
640090.1.	Salario base personal del servicio técnico.									
640091.1.	Salario base personal de almacén.									
64010.1.	Complementos salariales personal de recepción conserjería y reservas.									

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
64017.1.	Complementos salariales personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles)								
64018.1.	Complementos salariales personal de lavandería y lencería.								
610190.1.	Complementos salariales personal del servicio técnico.								
640191.1.	Complementos salariales personal de almacén.								
640301.	Pagas extraordinarias personal de recepción, conserjería y reservas.								
64037.1.	Pagas extraordinarias personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).								
64038.1.	Pagas extraordinarias personal de lavandería y lencería.								
640390.1.	Pagas extraordinarias personal del servicio técnico.								
640391.1.	Pagas extraordinarias personal de almacén								
64040.1.	Vacaciones personal de recepción, conserjería y reservas.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
64047.1.	Vacaciones personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).								
64048.1.	Vacaciones personal de lavandería y lencería.								
640490.1.	Vacaciones personal del servicio técnico.								
640491.1.	Vacaciones personal de almacén.								
6420.1.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de recepción, conserjería y reservas.								
6427.1.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).								
6428.1.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de lavandería y lencería.								
64290.1.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal del servicio técnico.								
64291.1.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de almacén.								
64910.1.	Gastos de manutención personal de recepción, conserjería y reservas.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
64917.1.	Gastos de mantenimiento personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).								
64918.1.	Gastos de mantenimiento personal de lavandería y lencería.								
649190.1.	Gastos de mantenimiento personal del servicio técnico.								
649191.1.	Gastos de mantenimiento personal de almacén.								
650001.1.	Pérdidas por insolvencias firmes de clientes particulares individuales.								
650003.1.	Pérdidas por insolvencias firmes de agencias de viajes nacionales.								
650004.1.	Pérdidas por insolvencias firmes de tour-operadores extranjeros.								
6530.1.	Regularización de uniformes de personal de recepción, conserjería y reservas con uso.								
6537.1.	Regularización de uniformes de personal del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles) en uso.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
6538.1.	Regularización de uniformes de personal de lavandería y lencería en uso.								
65390.1.	Regularización de uniformes de personal del servicio técnico en uso.								
65391.1.	Regularización de uniformes de personal de almacén en uso.								
6553.1.	Regularización de utillaje de lavandería.								
6554.1.	Regularización de utillaje del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).								
6557.1.	Regularización de utillaje del servicio técnico.								
6558.1.	Regularización de utillaje de terrazas y jardines.								
681510.1.	Amortización de aplicaciones informáticas front-office adquiridas a terceros.								
68210.1.	Amortización de edificios para actividad hotelera.								
68212.1.	Amortización de construcciones en terrazas y jardines.								
68220.1.	Amortización de instalaciones técnicas de fontanería.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
68221.1.	Amortización de instalaciones técnicas de climatización.								
68222.1.	Amortización de instalaciones técnicas de electricidad.								
68223.1.	Amortización de instalaciones técnicas contraincendios.								
68224.1.	Amortización de instalaciones técnicas de seguridad.								
68225.1.	Amortización de instalaciones técnicas de hilo musical.								
68226.1.	Amortización de instalaciones técnicas de antena parabólica,televisión, radio y vídeo.								
68227.1.	Amortización de instalaciones técnicas de teléfono, télex y fax.								
68228.1.	Amortización de instalaciones técnicas de red informática.								
6822900.1.	Amortización de ascensores.								
6822901.1.	Amortización de montacargas.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
682291.1.	Amortización de instalaciones técnicas de almacén.								
682292.1.	Amortización de instalaciones técnicas de lavandería.								
68235.1.	Amortización de maquinaria de almacén.								
68236.1.	Amortización de maquinaria de lavandería.								
68237.1.	Amortización de maquinaria del servicio técnico.								
682390.1.	Amortización de maquinaria de recepción, conserjería y reservas.								
682391.1.	Amortización de maquinaria del servicio de limpieza (espacios comunes y zonas nobles).								
682394.1.	Amortización de maquinaria de terrazas y jardines.								
68261.1.	Amortización de mobiliario de espacios comunes y zonas nobles.								
682690.1.	Amortización de mobiliario de recepción, conserjería y reservas.								
682691.1.	Amortización de mobiliario de almacén.								
682692.1.	Amortización de mobiliario de lavandería.								

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA									
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN COMUNES									
			SEGMENTOS						
			Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes		
Nº cuenta	Concepto	Total	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Base de reparto
682696.1.	Amortización de mobiliario del servicio técnico.								
68270.1.	Amortización de equipos para procesos de información de recepción, conserjería y reservas.								
68272.1.	Amortización de equipos para procesos de información de almacén.								
694001.1.	Dotación a la provisión para insolvencias de clientes particulares individuales.								
694003.1	Dotación a la provisión para insolvencias de agencias de viajes nacionales.								
694004.1.	Dotación a la provisión para insolvencias de tour-operadores extranjeros.								
	Gastos totales de explotación comunes asignados		13		14		15		

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA								
EXCEDENTE NETO DE EXPLOTACIÓN SEGMENTADO								
	SEGMENTOS						TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Importe neto de la cifra de negocios	1		2		3		A	
+ Otros ingresos de explotación directamente asignables	4		5		6			
= Ingresos totales de explotación directamente asignables	1+4		2+5		3+6			
- Gastos totales de explotación directamente asignables	(7)		(8)		(9)			
= Excedente bruto de explotación	B		C		D			
+ Ingresos totales de explotación comunes asignados	10		11		12			
- Gastos totales de explotación comunes asignados	(13)		(14)		(15)			
= Excedente neto de explotación	E		F		G			

La información procurada por esta parte del modelo puede ayudar, por ejemplo, a valorar la gestión de los responsables de cada segmento de actividad, a determinar los servicios deficitarios y la contribución de cada área de producción al resultado final obtenido por el hotel, a calcular los ingresos, gastos o resultados por cada habitación (disponible u ocupada) o por cada comida servida. En definitiva, permite obtener una serie de indicadores que pueden facilitar la toma de decisiones y colaborar en la definición de la política empresarial a desarrollar (objetivos de producción, precios de venta, etc.).

Con la pretensión de ofrecer una conciliación de la información segmentada con la incorporada en las cuentas anuales, se han añadido al importe total del excedente neto de explotación las cifras correspondientes a los ingresos y gastos de explotación considerados como generales y por tanto no distribuibles, dado que no los han generado u ocasionado ninguno de los segmentos. Calculado el resultado de la explotación, se han computado las partidas de resultados de carácter financiero y extraordinario, de forma que se pueda ofrecer una visión global del resultado empresarial obtenido durante el período considerado.

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA		
INGRESOS GENERALES DE EXPLOTACIÓN NO DISTRIBUIDOS (NO ASIGNABLES)		
Nº cuenta	Concepto	Importe
740.0	Subvenciones oficiales a la explotación.	
752.0.	Ingresos por arrendamientos de carácter accidental.	
754.0.	Ingresos por comisiones percibidas por servicios de carácter accidental.	
Ingresos generales de explotación no distribuidos		16

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA		
GASTOS GENERALES DE EXPLOTACIÓN NO DISTRIBUIDOS (NO ASIGNABLES)		
Nº cuenta	Concepto	Importe
62112.0.	Sociedad General de Autores.	
6233.0.	Servicios jurídicos.	
6235.0.	Servicios de asesoría y gestoría.	
6236.0.	Servicios de auditoría.	
6260.0.	Comisión por gestión de cobro de efectos y asimilados.	
6261.0.	Comisión por cobro a través de tarjetas de crédito.	
6270.0.	Publicidad.	
6271.0.	Promoción.	
6272.0.	Relaciones públicas.	
6291.0.	Material de oficina.	
62990.0.	Cuotas federación empresarial.	
62991.0.	Cuotas asociaciones.	
62996.0.	Revistas y prensa.	
62997.0.	Flores y adornos.	
631.0.	Otros tributos.	
640097.0.	Salario base personal de dirección-administración.	
640197.0.	Complementos salariales personal de dirección-administración.	
640397.0.	Pagas extraordinarias personal de dirección-administración.	
640497.0.	Vacaciones personal de dirección-administración.	
64297.0.	Seguridad Social a cargo de la empresa personal de dirección-administración.	
649197.0.	Gastos de manutención personal de dirección-administración.	
6815111.0.	Amortización de aplicaciones informáticas adquiridas a terceros. Dirección-Administración.	
68267.0.	Amortización de mobiliario de dirección-administración.	
68271.0.	Amortización de equipos para procesos de información de dirección-administración.	
Gastos generales de explotación no distribuidos		17

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA								
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS								
	SEGMENTOS						TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Importe neto de la cifra de negocios	1		2		3		A	
+ Otros ingresos de explotación directamente asignables	4		5		6			
= Ingresos totales de explotación directamente asignables	1+4		2+5		3+6			
- Gastos totales de explotación directamente asignables	(7)		(8)		(9)			
= Excedente bruto de explotación	B		C		D			
+ Ingresos totales de explotación comunes asignados	10		11		12			
- Gastos totales de explotación comunes asignados	(13)		(14)		(15)			
= Excedente neto de explotación	E		F		G			

ÁREAS DE ACTIVIDAD HOTELERA								
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS								
	SEGMENTOS						TOTAL	
	Servicio de alojamiento		Servicios de comidas y bebidas		Otros servicios generales a los clientes			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Excedente neto de explotación	E		F		G			
+ Ingresos generales de explotación no distribuidos (no asignables)							16	
- Gastos generales de explotación no distribuidos (no asignables)							(17)	
= Resultado total de explotación							H	
+ Ingresos financieros							I	
- Gastos financieros							(J)	
= Resultado de las actividades ordinarias							K	
+ Ingresos extraordinarios							L	
- Gastos extraordinarios							(M)	
= Resultado antes de impuestos							N	
- Impuesto sobre beneficios							(Ñ)	
- Otros impuestos							(O)	
= Resultado del ejercicio							P	

II.2. Información segmentada por tipos de clientes

El hotel definido cuenta exclusivamente con tres segmentos incluidos en esta modalidad, delimitados en función del canal por el que efectuaron los usuarios sus reservas: directamente al hotel por parte de clientes particulares individuales, por medio de agencias de viajes nacionales o a través de tour-operadores extranjeros.

II.2.1. Importe neto de la cifra de negocios

Para cada uno de los segmentos por tipos de clientes se ha elaborado la información referida a la cifra de negocios que le es asignable, diferenciándola además atendiendo a los servicios prestados que la han producido (alojamiento, comidas y bebidas y otros servicios generales) y a los conceptos concretos, dentro de cada servicio, a que corresponde.

La imposibilidad de identificar determinados ingresos con los clientes que los originaron, ha obligado a considerar una cifra de negocios no asignable o distribuible entre los segmentos, que agregada a los datos desglosados ha permitido obtener el importe neto total de la cifra de negocios del hotel correspondiente al ejercicio económico.

La información ligada a los segmentos por tipos de clientes, complementada con la relativa al excedente neto de explotación, puede servir para respaldar las decisiones en torno a la actitud comercial que debe impulsar el hotel, de manera que, a título de ejemplo, se mejoren las relaciones con los intermediarios y/o se favorezcan las reservas directas de los usuarios, se modifiquen las tarifas que se les aplican o se potencie la venta, a cada uno de ellos, de determinados servicios, con el objeto de conseguir un aceptable grado de ocupación y de utilizar en lo posible su capacidad productiva.

TIPOS DE CLIENTES IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
RESERVAS DIRECTAS AL HOTEL DE CLIENTES PARTICULARES INDIVIDUALES		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Alojamiento		18

- 70001.221. Habitación individual.
- 70011.221. Habitación doble, uso individual.
- 70021.221. Habitación doble.
- 70031.221. Habitación superior.
- 70041.221. Otros ingresos por alojamiento.

Comidas y bebidas		19
--------------------------	--	-----------

- 70101.321. Desayunos.
- 701101.321. Media pensión.
- 701111.321. Pensión completa.
- 701201.321. Comida-restaurantes.
- 701211.321. Bebida-restaurantes.
- 701301.321. Comida-bares-cafeterías.
- 701311.321. Bebida-bares-cafeterías.
- 701401.321. Comida-servicio de habitaciones.
- 701411.321. Bebida-servicio de habitaciones.
- 701501.321. Comida-minibares de habitaciones.
- 701511.321. Bebida-minibares de habitaciones.
- 701601.321. Comida-salas de fiestas.
- 701611.321. Bebida-salas de fiestas.
- 7017001.321. Comida-banquetes y celebraciones.
- 7017011.321. Bebida-banquetes y celebraciones.

Otros servicios generales		20
----------------------------------	--	-----------

- 70201.421. Servicios de lavandería.
- 70211.421. Comunicaciones.
- 70221.421. Cajas de seguridad.
- 70231.421. Actividades deportivas.
- 70241.421. Animación.

Importe neto de la cifra de negocios asignable		21
---	--	-----------

**TIPOS DE CLIENTES
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS**

RESERVAS DE AGENCIAS DE VIAJES NACIONALES

Nº cuenta	Concepto	Importe
	Alojamiento	22

- 70003.241. Habitación individual.
- 70013.241. Habitación doble, uso individual.
- 70023.241. Habitación doble.
- 70033.241. Habitación superior.
- 70043.241. Otros ingresos por alojamiento.
- (70803.241.) Alojamiento. Descuentos por reclamaciones.
- (70903.241.) Rappels por alojamiento.

Comidas y bebidas	23
--------------------------	-----------

- 70103.341. Desayunos.
- 701103.341. Media pensión.
- 701113.341. Pensión completa.
- 701203.341. Comida-restaurantes.
- 701213.341. Bebida-restaurantes.
- 701303.341. Comida-bares-cafeterías.
- 701313.341. Bebida-bares-cafeterías.
- 701403.341. Comida-servicio de habitaciones.
- 701413.341. Bebida-servicio de habitaciones.
- 701503.341. Comida-minibares de habitaciones.
- 701513.341. Bebida-minibares de habitaciones.
- 701603.341. Comida-salas de fiestas.
- 701613.341. Bebida-salas de fiestas.
- 7017103.342. Comida-comidas de trabajo.
- 7017113.342. Bebida-comidas de trabajo.
- 7017203.342. Comida-coffee-breaks.
- 7017213.342. Bebida-coffee-breaks.
- 7017303.342. Comida-cócteles.
- 7017313.342. Bebida-cócteles.
- (70813.341.) Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones.
- (70913.341.) Rappels por comidas y bebidas.

Otros servicios generales	24
----------------------------------	-----------

- 70203.441. Servicios de lavandería.
- 70213.441. Comunicaciones.
- 70223.441. Cajas de seguridad.
- 70233.441. Actividades deportivas.
- 70243.441. Animación.

Importe neto de la cifra de negocios asignable	25
---	-----------

TIPOS DE CLIENTES IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
RESERVAS DE TOUR-OPERADORES EXTRANJEROS		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Alojamiento		26

- 70004.251. Habitación individual.
70014.251. Habitación doble, uso individual.
70024.251. Habitación doble.
70034.251. Habitación superior.
70044.251. Otros ingresos por alojamiento.
(70804.251.) Alojamiento. Descuentos por reclamaciones.
(70904.251.) Rappels por alojamiento.

Comidas y bebidas		27
--------------------------	--	-----------

- 70104.351. Desayunos.
701104.351. Media pensión.
701114.351. Pensión completa.
701204.351. Comida-restaurantes.
701214.351. Bebida-restaurantes.
701304.351. Comida-bares-cafeterías.
701314.351. Bebida-bares-cafeterías.
701404.351. Comida-servicio de habitaciones.
701414.351. Bebida-servicio de habitaciones.
701504.351. Comida-minibares de habitaciones.
701514.351. Bebida-minibares de habitaciones.
701604.351. Comida-salas de fiestas.
701614.351. Bebida-salas de fiestas.
(70814.351.) Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones.
(70914.351.) Rappels por comidas y bebidas.

Otros servicios generales		28
----------------------------------	--	-----------

- 70204.451. Servicios de lavandería.
70214.451. Comunicaciones.
70224.451. Cajas de seguridad.
70234.451. Actividades deportivas.
70244.451. Animación.

Importe neto de la cifra de negocios asignable		29
---	--	-----------

TIPOS DE CLIENTES IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS NO ASIGNABLE		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Comidas y bebidas		30

- 701207.300. Comida-restaurantes. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 701217.300. Bebida-restaurantes. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 701307.300. Comida-bares-cafeterías. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 701317.300. Bebida-bares-cafeterías. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 701607.300. Comida-salas de fiestas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 701617.300. Bebida-salas de fiestas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.

Otros servicios generales		31
----------------------------------	--	-----------

- 70217.400. Comunicaciones. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 70237.400. Actividades deportivas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 70247.400. Animación. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
- 70257.400. Cambio de divisas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.

Importe neto de la cifra de negocios no asignable		32
--	--	-----------

TIPOS DE CLIENTES								
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS								
	SEGMENTOS						TOTAL	
	Reservas directas al hotel de clientes particulares individuales		Reservas de agencias de viajes nacionales		Reservas de tour-operadores extranjeros			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Alojamiento	18		22		26			
Comidas y bebidas	19		23		27			
Otros servicios generales	20		24		28			
Importe neto de la cifra de negocios asignable	21		25		29			
Importe neto de la cifra de negocios no asignable							32	
Importe neto total de la cifra de negocios							A	

II.3. Información segmentada por mercados geográficos

Como ya se indicó, atendiendo a la nacionalidad de los clientes del establecimiento hotelero, los segmentos por mercados geográficos identificados han sido España, Alemania y Reino Unido.

II.3.1. Importe neto de la cifra de negocios

El contenido informativo exigido para este tipo de segmentos se reduce al importe neto de la cifra de negocios, que se ha obtenido delimitado por áreas de actividad, detallándose asimismo los ingresos derivados de las distintas modalidades o tipos de servicios que las configuran y la manera en la que inicialmente formalizaron los clientes las reservas.

Se añade a la información desglosada la correspondiente al importe neto de la cifra de negocios no asignable a los segmentos por mercados geográficos.

Conocida la importancia relativa sobre el total facturado de cada grupo de clientes, clasificados en función de su origen geográfico, la dirección del hotel puede solventar cuestiones fundamentales para la promoción de los servicios, volcando sus esfuerzos en aquellas zonas que estime más apropiadas por la trascendencia que representan en la actividad de la empresa o por la potencialidad que se les puede atribuir.

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
ESPAÑA		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Alojamiento		33

700010.222.	Habitación individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700030.242.	Habitación individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700110.222.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700130.242.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700210.222.	Habitación doble. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700230.242.	Habitación doble. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700310.222.	Habitación superior. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700330.242.	Habitación superior. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700410.222.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700430.242.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
(708030.242.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.
(709030.242.)	Alojamiento. Rappels a agencias de viajes nacionales.

Comidas y bebidas		34
--------------------------	--	-----------

701010.322.	Desayunos. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
701030.342.	Desayunos. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
7011010.322.	Media pensión. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
7011030.342.	Media pensión. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
7011110.322.	Pensión completa. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
7011130.342.	Pensión completa. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
7012010.322.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
7012030.342.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
7012110.322.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
7012130.342.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
ESPAÑA		
Nº cuenta	Concepto	Importe
7013010.322.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7013030.342.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7013110.322.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7013130.342.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7014010.322.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7014030.342.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7014110.322.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7014130.342.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7015010.322.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7015030.342.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7015110.322.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7015130.342.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7016010.322.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7016030.342.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7016110.322.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7016130.342.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
70170010.322.	Comida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
70170110.322.	Bebida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
70171030.342.	Comida-comidas de trabajo. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
70171130.342.	Bebida-comidas de trabajo. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
70172030.342.	Comida-coffee-breaks. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
70172130.342.	Bebida-coffee-breaks. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
70173030.342.	Comida-cócteles. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
70173130.342.	Bebida-cócteles. Ingresos por servicios contratados por agencias de viajes nacionales.	
(708130.342.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.	
(709130.342.)	Comidas y bebidas. Rappels a agencias de viajes nacionales.	

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
ESPAÑA		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Otros servicios generales		35

- 702010.422. Servicios de lavandería. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- 702030.442. Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
- 702110.422. Comunicaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- 702130.442. Comunicaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
- 702210.422. Cajas de seguridad. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- 702230.442. Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
- 702310.422. Actividades deportivas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- 702330.442. Actividades deportivas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
- 702410.422. Animación. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
- 702430.442. Animación. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.

Importe neto de la cifra de negocios asignable	36
---	-----------

MERCADOS GEOGRÁFICOS
 IMPORTE NETO DE LA CÍFRA DE NEGOCIOS

ALEMANIA

Nº cuenta	Concepto	Importe
Alojamiento		37

700011.223.	Habitación individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700031.243.	Habitación individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700041.253.	Habitación individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700111.223.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700131.243.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700141.253.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700211.223.	Habitación doble. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700231.243.	Habitación doble. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700241.253.	Habitación doble. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700311.223.	Habitación superior. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700331.243.	Habitación superior. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700341.253.	Habitación superior. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700411.223.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700431.243.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700441.253.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
(708031.243.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.
(708041.253.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por tour-operadores extranjeros.
(709031.243.)	Alojamiento. Rappels a agencias de viajes nacionales.
(709041.253.)	Alojamiento. Rappels a tour-operadores extranjeros.

Comidas y bebidas	38
--------------------------	-----------

701011.323.	Desayunos. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
701031.343.	Desayunos. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
701041.353.	Desayunos. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
7011011.323.	Media pensión. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
ALEMANIA		
Nº cuenta	Concepto	Importe
7011031.343.	Media pensión. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7011041.353.	Media pensión. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7011111.323.	Pensión completa. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7011131.343.	Pensión completa. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7011141.353.	Pensión completa. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7012011.323.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7012031.343.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7012041.353.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7012111.323.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7012131.343.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7012141.353.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7013011.323.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7013031.343.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7013041.353.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7013111.323.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7013131.343.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7013141.353.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7014011.323.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7014031.343.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7014041.353.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7014111.323.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7014131.343.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7014141.353.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7015011.323.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7015031.343.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
ALEMANIA		
Nº cuenta	Concepto	Importe
7015041.353.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7015111.323.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7015131.343.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7015141.353.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7016011.323.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7016031.343.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7016041.353.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7016111.323.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7016131.343.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7016141.353.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70170011.323.	Comida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
70170111.323.	Bebida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
(708131.343.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.	
(708141.353.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por tour-operadores extranjeros.	
(709131.343.)	Comidas y bebidas. Rappels a agencias de viajes nacionales.	
(709141.353.)	Comidas y bebidas. Rappels a tour-operadores extranjeros.	
Otros servicios generales		39
702011.423.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702031.443.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702041.453.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
702111.423.	Comunicaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702131.443.	Comunicaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702141.453.	Comunicaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
702211.423.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
ALEMANIA		
Nº cuenta	Concepto	Importe
702231.443.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702241.453.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
702311.423.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702331.443.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702341.453.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
702411.423.	Animación. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702431.443.	Animación. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702441.453.	Animación. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
Importe neto de la cifra de negocios asignable		40

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIERA DE NEGOCIOS		
REINO UNIDO		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Alojamiento		41

700012.224.	Habitación individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700032.244.	Habitación individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700042.254.	Habitación individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700112.224.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700132.244.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700142.254.	Habitación doble, uso individual. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700212.224.	Habitación doble. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700232.244.	Habitación doble. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700242.254.	Habitación doble. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700312.224.	Habitación superior. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700332.244.	Habitación superior. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700342.254.	Habitación superior. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
700412.224.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
700432.244.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
700442.254.	Otros ingresos por alojamiento. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
(708032.244.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.
(708042.254.)	Alojamiento. Descuentos por reclamaciones realizadas por tour-operadores extranjeros.
(709032.244.)	Alojamiento. Rappels a agencias de viajes nacionales.
(709042.254.)	Alojamiento. Rappels a tour-operadores extranjeros.

Comidas y bebidas	42
--------------------------	-----------

701012.324.	Desayunos. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
701032.344.	Desayunos. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
701042.354.	Desayunos. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
7011012.324.	Media pensión. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
REINO UNIDO		
Nº cuenta	Concepto	Importe
7011032.344.	Media pensión. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7011042.354.	Media pensión. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7011112.324.	Pensión completa. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7011132.344.	Pensión completa. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7011142.354.	Pensión completa. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7012012.324.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7012032.344.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7012042.354.	Comida-restaurantes. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7012112.324.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7012132.344.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7012142.354.	Bebida-restaurantes. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7013012.324.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7013032.344.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7013042.354.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7013112.324.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7013132.344.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7013142.354.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7014012.324.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7014032.344.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7014042.354.	Comida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7014112.324.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7014132.344.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7014142.354.	Bebida-servicio de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7015012.324.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	

MERCADOS GEOGRÁFICOS
 IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS

REINO UNIDO

Nº cuenta	Concepto	Importe
7015032.344.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7015042.354.	Comida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7015112.324.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7015132.344.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7015142.354.	Bebida-minibares de habitaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7016012.324.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7016032.344.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7016042.354.	Comida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
7016112.324.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
7016132.344.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
7016142.354.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
70170012.324.	Comida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
70170112.324.	Bebida-banquetes y celebraciones. Ingresos por servicios contratados por clientes particulares individuales.	
(708132.344.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por agencias de viajes nacionales.	
(708142.354.)	Comidas y bebidas. Descuentos por reclamaciones realizadas por tour-operadores extranjeros.	
(709132.344.)	Comidas y bebidas. Rappels a agencias de viajes nacionales.	
(709142.354.)	Comidas y bebidas. Rappels a tour-operadores extranjeros.	

Otros servicios generales	43
----------------------------------	-----------

702012.424.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
702032.444.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
702042.454.	Servicios de lavandería. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.
702112.424.	Comunicaciones. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.
702132.444.	Comunicaciones. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.
702142.454.	Comunicaciones. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		
REINO UNIDO		
Nº cuenta	Concepto	Importe
702212.424.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702232.444.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702242.454.	Cajas de seguridad. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
702312.424.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702332.444.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702342.454.	Actividades deportivas. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
702412.424.	Animación. Ingresos por reservas directas al hotel de clientes particulares individuales.	
702432.444.	Animación. Ingresos por reservas de agencias de viajes nacionales.	
702442.454.	Animación. Ingresos por reservas de tour-operadores extranjeros.	
Importe neto de la cifra de negocios asignable		44

MERCADOS GEOGRÁFICOS IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS NO ASIGNABLE		
Nº cuenta	Concepto	Importe
Comidas y bebidas		45

701207.300.	Comida-restaurantes. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
701217.300.	Bebida-restaurantes. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
701307.300.	Comida-bares-cafeterías. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
701317.300.	Bebida-bares-cafeterías. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
701607.300.	Comida-salas de fiestas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
701617.300.	Bebida-salas de fiestas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.

Otros servicios generales		46
----------------------------------	--	-----------

70217.400.	Comunicaciones. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
70237.400.	Actividades deportivas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
70247.400.	Animación. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.
70257.400.	Cambio de divisas. Ingresos de clientes pasantes o huéspedes por pago directo.

Importe neto de la cifra de negocios no asignable		47
--	--	-----------

MERCADOS GEOGRÁFICOS								
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS								
	SEGMENTOS						TOTAL	
	España		Alemania		Reino Unido			
	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0	19X1	19X0
Alojamiento	33		37		41			
Comidas y bebidas	34		38		42			
Otros servicios generales	35		39		43			
Importe neto de la cifra de negocios asignable	36		40		44			
Importe neto de la cifra de negocios no asignable							47	
Importe neto total de la cifra de negocios							A	

Sin olvidar que sus posibilidades no se agotan con lo reflejado en la aplicación que hemos realizado, el modelo diseñado permite, en primer lugar, el cumplimiento de los requerimientos legales, que obligan a incluir en la memoria normal de las empresas la distribución del importe neto de su cifra de negocios por categorías de actividades y por mercados geográficos. Además, el alcance y la importancia de la información suministrada, considerada tanto conjunta como aisladamente, creemos que ha quedado patente, pudiendo calificarse, desde nuestro punto de vista, como útil para apoyar un proceso de toma de decisiones más acertado.

La publicidad de la información obtenida, además de la que obligatoriamente han de formular las empresas, facilitaría a los usuarios externos de los estados financieros la adopción de decisiones óptimas de inversión, de crédito o similares, con un menor grado de incertidumbre y riesgo, ya que puede colaborar a evaluar más correctamente no sólo cada uno de los componentes significativos del hotel, sino también la totalidad de la unidad económica en la que se encuentran integrados. En definitiva, puede ofrecer una respuesta conveniente a sus crecientes y variadas necesidades informativas.

Junto a la ventaja reseñada, al proporcionar datos económico-financieros más completos y con un mayor grado de detalle del que ordinariamente facilita la Contabilidad Financiera, la información generada se constituye igualmente en un instrumento válido para la usuarios internos, para los responsables del establecimiento hotelero, ayudándoles en la toma racional de decisiones, tanto en orden al logro de los objetivos programados como para la definición de las políticas empresariales futuras a desarrollar.

La presente investigación se ha desarrollado con el objetivo esencial de diseñar un modelo que posibilite y favorezca un conocimiento más profundo de la realidad económica y de la problemática económico-financiera de las empresas hoteleras, facilitando el proceso de elaboración de una información contable detallada relativa a cada uno de los segmentos significativos que se pueden discriminar en la actuación del hotel, es decir, información referida a cada una de las áreas de actividad que desarrolla, a cada uno de los mercados geográficos en los que opera y a cada uno de los tipos de clientes con los que cuenta, de forma que se convierta en un instrumento útil, tanto para responder a las crecientes y variadas demandas de los distintos agentes económicos externos a los que se comunica dicha información, como para la gestión de la unidad económica.

José Manuel Aguayo Moral es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Profesor Titular y Secretario del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Es autor de diversos artículos de contenido contable publicados en revistas nacionales, así como de diferentes comunicaciones presentadas a Congresos de carácter científico. Ha impartido numerosos Cursos y Master relacionados con materias económico-financieras y ha disfrutado de una beca de investigación concedida por el Consejo del Patronato de la Fundación Universitaria de Las Palmas. Participa en varios proyectos de investigación y en la actualidad su línea de trabajo principal se centra en el análisis de los aspectos contables peculiares asociados a diversas empresas enmarcadas en el sector turístico.



GOBIERNO DE CANARIAS
CONSEJERÍA DE TURISMO Y TRANSPORTE



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

SERVICIO DE PUBLICACIONES

