

SISTEMAS DE RESERVA Y OFERTA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA. EL PAPEL DE LAS INICIATIVAS COMUNITARIAS

José J. Benítez Rochel

0. PLANTEAMIENTO INICIAL

Este artículo pretende aportar algunas ideas sobre el desarrollo de los Sistemas de Reserva - también conocidos como CRS (*Computerized Reservation System*)-, sobre sus implicaciones en los establecimientos de alojamiento turístico, y sobre el papel que las iniciativas comunitarias pueden desempeñar en este terreno, tomando como referencia la realidad andaluza. No se trata, por tanto, de plantear los resultados últimos de una investigación. Más bien, intenta justificar la necesidad de iniciar estudios sobre un tema que, hasta ahora, no se ha valorado en toda su dimensión, al menos en Andalucía.

A nivel internacional existe, sin embargo, una abundante literatura acerca de las relaciones entre los CRS y las actividades turísticas¹. En muchos casos, además, se llega a la conclusión de que *ciertos destinos y determinados establecimientos de alojamiento turístico de pequeña y mediana dimensión, pueden ver afectada seriamente su capacidad competitiva en un próximo futuro*. Sobre esa base, dadas las características de la oferta turística andaluza, en general, y de sus zonas rurales, en particular, difícilmente se puede exagerar la oportunidad de ocuparse del tema.

1. EL DESARROLLO DE LOS CRS

Desde que, a mediados de la década pasada, los sistemas telemáticos de las compañías aéreas empe-

zaron a ser utilizados por las agencias de viajes, no sólo para organizar el transporte de sus clientes, sino también para facilitar, además del alojamiento, una amplia variedad de servicios, los CRS iniciaron un proceso de transformación radical de los canales de acceso y distribución de la información turística.

Lógicamente, por la forma en que surgieron, los propietarios de los principales CRS son las compañías aéreas. Pues bien, tanto en EE.UU. como en Europa, cada compañía prefirió crear su propio sistema para mantener cautivo su mercado, antes que aceptar la compatibilización de su información con otras compañías. De esta manera, en EE.UU. se han consolidado 4 grandes CRS: SABRE (propiedad de American Airlines), Apollo (filial de United Airlines), Worldspan (donde participan TWA, Delta y NorthWest Airlines), y System One (de Texas Air). Como demuestra el cuadro 1, SABRE y Apollo absorben la mayor parte del mercado en EE.UU.

Por su parte, el mercado europeo está controlado por Amadeus y Galileo. Amadeus, se fundó en junio de 1987 por Air France, Lufthansa, Iberia y SAS, a las que posteriormente se asociaron otras compañías aéreas, manteniendo relaciones de cooperación técnica con los sistemas Worldspan, System One, y Abacus (propiedad de 5 aerolíneas japonesas y la propia Worldspan). En cuanto a Galileo, también apareció en 1987, con la participación de la compañía British Airlines; recientemente, se ha creado una empresa conjunta, Galileo International, repartida al 50 por 100 entre compañías europeas y americanas. Entre estas últimas se encuentra United Airlines, que, como ya se ha mencionado, controla el CRS Apollo.

El sistema predominante en España es, dada la posición que ocupa Iberia, el Amadeus que opera a través de la red pública Iberpac de Telefónica. En realidad, Amadeus funciona en España a través de la red SAVIA (Sistema Automatizado para Agencias de Viajes) de Iberia, que incluye el sistema ARIES de reserva de hotel y alquiler de automóviles.

Como puede apreciarse, el mercado europeo y norteamericano está controlado por un reducido

1. Basta con hojear, por ejemplo, los últimos números de la revista *Tourism Management* para encontrar numerosas referencias sobre el tema en cuestión.

Cuadro 1
RANKING DE LOS CRS
EN EE.UU. Y EUROPA

Compañía	Agencias		Terminales	
	número	%	número	%
EE.UU.				
Sabre	14.000	34	69.000	38
Apollo	11.500	28	44.000	24
Worldspan	8.500	21	38.000	21
System One	7.120	17	30.000	17
TOTAL	41.120	100	181.000	100
EUROPA				
Amadeus	12.000	41	60.000	62
Galileo	*12.500	*43	27.000	28
Sabre	2.500	9	6.100	6
Worldspan	2.000	7	4.100	4
TOTAL	29.000	100	97.200	100

Fuente: Archdale (1993, p. 5)

* Este dato no está recogido en Archdale (1993) y se ha tomado de Truitt, Teye y Farris (1991, p. 31)

grupo de CRS que son propiedad de unas pocas compañías aéreas, lo cual ha provocado un debate aún no cerrado sobre sus posibles efectos limitadores de la competencia. En teoría los CRS deberían ofertar, en igualdad de condiciones, los pasajes aéreos disponibles, y no sólo los de la compañía que controla el CRS². En la práctica, sin embargo, se han detectado distintas prácticas abusivas³ que, incluso, en el caso de Iberia y American Airlines, provocó en julio de 1992 una denuncia mutua por competencia desleal, en las propias instituciones comunitarias. En definitiva, se pone de manifiesto la necesidad de crear un código de conducta que pueda ser asumido por todas las partes implicadas (Lindsay, 1992, p. 14)

En cualquier caso, parece evidente que la importancia que están adquiriendo los CRS conllevará profundas transformaciones de la actividad

turística. Piénsese, por ejemplo, que en EE.UU., prácticamente todas las agencias de viajes están automatizadas y conectadas con algún CRS a través de los cuales se realiza el 98 % de las reservas de billetes⁴. En Europa, aunque los datos son, a veces, contradictorios, parece que el fenómeno no está tan generalizado. Así, según la información contenida en la investigación publicada por Utell International en 1991, sólo el 45 % de las agencias de viajes estaban conectadas a CRS. Sin embargo, Beaver (1992 p. 15) señaló que estos datos no incluían las conexiones a través de vidiotex, con lo que el nivel de automatización sería mucho más elevado. No obstante, existe el convencimiento general de que la conexión con los CRS se incrementará en el futuro. Sobre esa base, se plantea una cuestión: ¿qué impacto tendrá la generalización de los CRS en los establecimientos de alojamiento turístico?.

2. El carácter imparcial o neutral de los CRS, que es destacado por sus promotores en los folletos publicitarios, permitiría, en principio, ordenar, por ejemplo, en el monitor de las agencias de viajes, los vuelos de las distintas compañías aéreas según el criterio seleccionado: hora de salida o de llegada, duración del vuelo, escalas, etc.

3. Ver, por ejemplo, Truitt, Teye y Farris (1991). No obstante, estos autores concluyen que "muchos creen que los principales abusos han sido ya eliminados" (p. 36).

4. Datos tomados de Beaver (1992, p. 15) que, a su vez, cita como fuente original el *Harris Report* de 1991.

2. IMPLICACIONES SOBRE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO

Es obvio que la respuesta a la anterior pregunta dependería de la importancia que los CRS tienen en la ocupación de los establecimientos. En este sentido, la información disponible apunta a que, al menos, el 50 % de las reservas hoteleras en EE.UU. se realizan a través de los CRS y a que, además,

este porcentaje está creciendo rápidamente (Beaver, 1992). En la Comunidad Europea, en cambio, el papel de los CRS es significativamente menor: apenas el 5 % de las reservas hoteleras se tramitan por algún CRS⁵. No obstante, como puede suponerse la situación de cada país es muy diferente. Como demuestra el cuadro 2, en el Reino Unido, Francia, y Alemania, esos porcentajes son mucho mayores, aunque las reservas realizadas por teléfono siguen siendo cuantitativamente la más importantes.

Cuadro 2
FORMAS DE REALIZAR
LA RESEVA HOTELERA
(en porcentajes)

	Francia (1991)	Alemania (1990)	Reino Unido (1989)
Por teléfono	72	59	70
En el propio hotel	10	16	16
CRS	16	25	13
Otros	2	-	1

Fuente: Beaver (1992)

No obstante, si la tendencia general va a ser también en Europa a que la ocupación hotelera dependa, cada vez más, de las demandas generadas a través de los CRS, no cabría duda, en principio, de la conveniencia de su utilización por parte de los establecimientos de alojamiento turístico. El problema, sin embargo, es que este tipo de conexiones no es gratuito. De hecho, en el caso de España, no son numerosos los hoteles que, individualmente o a través de una cadena, están conectados permanentemente y en tiempo real con algún CRS. En este sentido, hace pocos años que se consolidó un acuerdo entre Iberia y la Agrupación Hotelera de las Zonas Turísticas de España (ZONTUR), que consistía en la conexión de cada federación de ZONTUR a la red SAVIA. A su vez, cada federación remitía mediante fax, a los hoteles interesados las reservas que se tramitaban a través de la agencia de viajes. Con lo cual el coste era perfectamente asumible por la mayoría de los establecimientos.

Ahora bien, los CRS tienen su principal mercado en las agencias de viajes y son éstas las que, en última instancia, ofertan al cliente la plaza hotelera. Es lógico pensar que las agencias traten de "orientar" la decisión de los potenciales consumidores según sus propias preferencias, entre las que probablemente se encontrará, además de la certidumbre en el cobro de la correspondiente comisión, la velocidad de respuesta. En consecuencia, *si la agencia de viajes envía la solicitud de reserva a una central que, a su vez, debe confirmarla mediante fax con el hotel afectado, y este proceso se dilata demasiado, puede que una oferta en pantalla no signifique necesariamente una oferta al cliente.*

Por tanto, resulta especialmente importante distinguir entre la conexión directa al CRS y la realizada por medio de una Central de Reservas. Así, en Andalucía se están desarrollando algunas iniciativas

5. Según J. A. Tazón, presidente de la división Amadeus instalada en España, en EE.UU. se tramita por los CRS el 50% de las plazas hoteleras y el 60% de los coches de alquiler, mientras que en Europa sólo el 5% en ambos casos (*El País. Negocios*, 3/10/93, p. 10).

de comercialización de la oferta turística a través de Centrales de Reserva que, aun aceptando que suponen una alternativa a los canales tradicionales de distribución, debe de reconocerse, de igual modo, que no poseen las ventajas que la conexión directa al CRS proporciona, aunque es cierto que el coste para el establecimiento turístico es menor.

Otro aspecto diferente es si los CRS ampliarán su mercado potencial, además de a las agencias de viajes, a los hogares. Esto es, si la telemática doméstica permitiría el desarrollo de un turismo programado y ejecutado individualmente (Aguiló y Torres, 1990). En este sentido, el caso más citado es el Minitel francés. Lo cual replantearía el papel que actualmente le corresponde a los touroperadores.

En cualquier caso, si las tendencias actuales se confirman puede que los pequeños y medianos establecimientos de alojamiento turístico, que no estén conectados con los CRS, pueden quedar marginados de los principales canales de distribución de los

movimientos turísticos. Más concretamente, *cabe manejar la hipótesis de que los establecimientos independientes que reciben turistas provenientes, en su mayoría, de fuera de su ámbito local, reducirán significativamente su volumen de negocio* (Go, 1992, p. 26). Surgiría, por consiguiente, una cierta inquietud sobre lo que pueda ocurrir en Andalucía.

En efecto, los datos del cuadro 3, que provienen de una encuesta realizada a hoteles de la Costa del Sol durante 1993⁶, demuestran que menos de la mitad de los establecimientos están conectados a CRS o Centrales de Reserva. Concretamente, un 38 % declararon estar conectados a algún CRS, y un 45 % a Centrales de Reserva. Además, no parece que, a juzgar por las previsiones manifestadas en la propia encuesta, en los próximos años vayan a aumentar significativamente estos porcentajes.

El hecho de que Andalucía sea una región objetivo 1 de la Comunidad, aconseja enmarcar cualquier consideración a este respecto dentro del contexto de la Unión Europea.

Cuadro 3
CONEXION TELEMATICA DE LOS
HOTELES EN LA COSTA DEL SOL

	Conectados		No conectados		NS/NC	
	número	%	número	%	número	%
CRS	36	38	57	59	3	3
Central de Reserva	45	47	46	48	5	5

Fuente: Encuesta a Hoteles. 1993

3. LA UNION EUROPEA Y LAS INICIATIVAS COMUNITARIAS

Uno de los objetivos que se han consolidado en el Tratado de la Unión Europea es el de la cohesión económica y social: "A fin de promover un desarrollo armonioso del conjunto de la Comunidad, ésta desarrollará y perseguirá su acción encaminada a reforzar su cohesión económica y social. La Comunidad se propondrá, en particular, reducir las

diferencias entre los niveles de desarrollo de las diversas regiones y el retraso de las regiones menos favorecidas, incluidas las zonas rurales" (art. 130 A).

A fin de conseguir el deseado objetivo de la cohesión económica y social el Tratado de Maastricht señala que para "permitir que los ciudadanos de la Unión, los operadores económicos y los entes regionales y locales participen plenamente de los beneficios resultantes de la creación de un espa-

6. En el momento de redactar estas páginas dicha encuesta aún se encuentra en proceso de explotación ya que, forma parte de una investigación que se está llevando a cabo por algunos miembros del Departamento de Economía Aplicada (Política Económica) de la Universidad de Málaga.

cio sin fronteras interiores, la Comunidad contribuirá al establecimiento y al desarrollo de redes transeuropeas en los sectores de las infraestructuras de transportes, de las telecomunicaciones y de la energía” (art. 129 B). Es muy significativo que se incluya las telecomunicaciones y se reconozca, por tanto, su importancia para el desarrollo de las regiones más pobres. Las implicaciones para la accesibilidad de la industria hotelera de Andalucía a los CRS encuentra aquí una referencia obligada.

Por otro lado, para fomentar el éxito de la política comunitaria a escala regional nacieron las llamadas iniciativas comunitarias financiadas con cargo a los fondos estructurales. Tienen la peculiaridad de que son decididas por la Comisión sin la intervención del Consejo. Es decir, aunque la Comisión es, en principio, simplemente un órgano gestor de la política comunitaria, en este caso adquiere un especial protagonismo que le faculta para aprobar cuantas iniciativas comunitarias estime oportunas, siempre y cuando el gasto financiero total no sobrepase ciertas limitaciones presupuestarias que estaban fijadas en torno al 15 % de los fondos estructurales. Como ha puesto de manifiesto Lázaro (1992, p. 29), “es difícil sustraerse a la sensación de que se está utilizando parte de los recursos de los Fondos Estructurales para financiar políticas sectoriales comunitarias”.

Entre las iniciativas comunitarias destinadas a la integración de las regiones menos desarrolladas en el mercado interior se encuentran la iniciativa LEADER (que subvenciona un amplio conjunto de programas de desarrollo de la economía rural, entre los que se encuentra la promoción del turismo), la STRIDE (cuyo objetivo básico es fortalecer la capacidad de investigación, tecnológica y de innovación en las regiones objetivo 1), la PRISMA (destinada a mejorar las infraestructuras y los servicios ofrecidos a las empresas en las regiones objetivo 1), y la TELEMATICA, que merece una especial consideración.

La iniciativa TELEMATICA, adoptada por la Comisión, el 25 de enero de 1991, sustituye al programa STAR, y tiene el objetivo de fomentar la utilización de los servicios avanzados de telecomunicaciones (SAT) en las regiones objetivo 1. Para tal

fin se destinaron 200 millones de ecus del FEDER. Las medidas apoyadas por esta iniciativa serían las siguientes:

A. Desarrollo de la utilización y de la prestación de los SAT por parte de las PYME. En particular, encontrarían financiación las siguientes actividades: a) La promoción de la utilización y de la prestación de los SAT por las PYMES; b) Estudios de viabilidad, actividades piloto y proyectos de demostración sobre las aplicaciones de los SAT en las PYME; c) Compra de soportes lógicos y físicos por parte de las PYME.

B. Desarrollo dentro del sector público de servicios de comunicación de datos que puedan contribuir al desarrollo regional. Se admite la financiación de las siguientes actividades: a) Estudios sobre la contribución de los SAT al desarrollo regional; b) Colaboración para llevar a cabo proyectos piloto basados en dichos estudios; c) Compra de soportes lógicos y físicos por parte de los entes públicos.

C. Desarrollo de redes dentro de las zonas objetivo 1 y entre éstas y el resto de la Comunidad Europea. Las actividades admitidas que encontrarían financiación serían las siguientes: a) Concesión de ayudas para la instalación de equipos normalizados para el acceso a las redes de comunicación de datos de la Comunidad; b) Pequeñas inversiones para mejorar las infraestructuras de comunicación de datos.

No cabe duda de que las posibilidades que esto abre para la industria hotelera, sobre todo, en cuanto a su conexión telemática con los CRS. De hecho, hay algunas experiencias que permiten valorar la oportunidad de este tipo de medidas⁷.

4. CONSIDERACIONES FINALES

Aceptando el impulso modernizador que pueden suponer las iniciativas comunitarias, deben de reconocerse la presencia de otros elementos que condicionan la capacidad de los establecimientos de alojamiento turístico andaluces para aprovechar las ventajas de las conexiones con los CRS.

7. Cabría destacar, en particular, las acciones que el programa STAR, antecedente del TELEMATICA, desarrolló en la provincia de Almería (Castell y Hall, 1992, pp. 257-261).

De entrada, la asignación presupuestaria de la iniciativa TELEMÁTICA, 200 millones de ecus (unos 28.000 millones de ptas) a repartir entre todas las regiones objetivo 1 de la Comunidad, es muy modesta para los objetivos que pretende cubrir. Además, el Consejo Europeo de Edimburgo replanteó el papel de las iniciativas comunitarias, limitando su asignación presupuestaria entre el 5 y el 10 % del total de los recursos comprometidos en los Fondos Estructurales.

Asimismo, aunque una vez que ha finalizado 1993 se podrá realizar una evaluación completa, de entrada, de la lectura del Marco Comunitario de Apoyo 1989-93 para la regiones objetivo 1, que establece las prioridades de desarrollo sobre las que España y la Comisión acordaron concentrar la ayuda comunitaria, no se desprende una consideración específica de las conexiones telemáticas con los CRS. En particular, en el caso del turismo en Andalucía, se mencionan el desarrollo de la costa atlántica a través de la mejora de la infraestructura terrestre⁸, el turismo interior, la formación y especialización de la mano de obra, y la revalorización del patrimonio turístico-artístico (Comisión de las Comunidades Europeas, 1989, pp. 22-23). No obstante, en el detalle de algunos programas operativos se advierten ciertas referencias a las conexiones telemáticas. Así, en el Programa Operativo de Málaga se incluía la construcción de un centro internacional de servicios turísticos, ubicado en Marbella, que habría de contar con un centro de datos para acceder a un sistema integrado de reservas. Asimismo, en el Programa Operativo de Almería-Levante se menciona un programa de "Informatización turística integral".

Al margen de las iniciativas comunitarias, es evidente que existe un margen de actuación que puede ser cubierto por la Junta de Andalucía. De hecho, en el Plan Andaluz de Desarrollo Económico (PADE) 1991-94 se menciona explícitamente el cambio tecnológico como estrategia de desarrollo y, aunque no se hace alusión a los CRS, sí se apunta, por ejemplo, "el apoyo al acceso empresarial a las nuevas tecnologías de la información" (Junta de Andalucía, 1991, p. 156). Otra cuestión es si las asignaciones presupuestarias son o no suficientes.

No obstante, con independencia de las actuaciones públicas, *el sector privado sigue siendo el protagonista de su propia adaptación a las nuevas circunstancias del mercado*. Nuevamente, aparece el tradicional llamamiento al asociacionismo dentro del sector turístico para que asuma un papel más relevante.

Para terminar, habría que insistir en que la propuesta no debe ser una conexión incondicional a los CRS. Al contrario. Se impone un periodo de reflexión y estudio de las tendencias del mercado y una evaluación de la estrategia más conveniente. En este sentido, aunque la ignorancia de los problemas no siempre es la peor forma de resolverlos, la tendencia actual aconseja una actitud más activa de la que, hasta ahora, se viene manteniendo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AGUILO, E. y E. TORRES (1990): "Realidad y perspectivas del sector turístico", *Papeles de Economía Española*, 42, pp. 292-305.

ARCHDALE, G. (1993): "Computer reservation system and public tourist offices", *Tourism Management*, February, pp. 3-14

BEAVER, A. (1992): "Hotel CRS. An overview". *Tourism Management*, March, pp. 15-21.

CASTELL, M. y P. HALL (dir.) (1992): *Andalucía: Innovación Tecnológica y Desarrollo Económico*, Espasa-Calpe, Madrid.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1990): *Marco Comunitario de Apoyo 1989-1993 para el desarrollo y ajuste estructura de las regiones menos desarrolladas (objetivo 1)*, Oficina de Publicaciones de las Comunidades, Luxemburgo.

GO, F.M. (1992): "The role of computerized reservation systems in the hospitality industry", *Tourism Management*, March, pp. 22-26.

8. Hasta cierto punto esto contradice las afirmaciones que sobre el agotamiento del modelo turístico tradicional vienen realizando algunos responsables del turismo en España, puesto que, aparentemente, se está potenciando su desarrollo en la costa atlántica mientras que se reclama su reconversión en la costa mediterránea.

JUNTA DE ANDALUCIA (1991): *Plan Andaluz de Desarrollo Economico 1991-1994*, Consejería de Economía y Hacienda, Sevilla.

LAZARO, L. (1992): "La política regional comunitaria y los Fondos Estructurales ante el mercado único", *Estudios Territoriales*, 38, pp. 17-41.

LINDSAY, P. (1992): "New hospitality and tourism products. CRS supply and demand". *Tourism Management*, March, pp. 11-14.

TRUITT, L.J., V.B. TEYE y M.T. FARRIS (1991): "The role of computer reservations systems. International implications for the travel industry", *Tourism Management*, March, pp. 21-36.