

Difusión de las Tecnologías de la Información en la Empresa Hotelera Valenciana

*César Camisón Zornoza y Salvador Méndez Martínez

Este artículo presenta los resultados de un estudio empírico desarrollado en el negocio de alojamiento hotelero de la Comunidad Valenciana, por lo que atañe a niveles de difusión y actitudes en la gestión de las Tecnologías de la Información (TI) así como a los problemas técnicos, organizativos y humanos para su implantación en la gestión hotelera. El análisis de las circunstancias que han definido la revolución de las TI, especialmente en cuanto a su impacto sobre la administración empresarial y a la creación de redes telemáticas, nos ha permitido observar que los hoteles valencianos mayoritariamente distan de haber aplicado el concepto de Informática Estratégica, entendido como instrumento para ganar ventajas competitivas. Asimismo, manifiestan un preocupante retraso en la imbricación con sistemas computerizados de reservas y en la informatización de sus relaciones con las agencias de viajes. Esto, unido a la existencia de amplios colectivos que aún no han procedido siquiera a la informatización de las aplicaciones donde no se genera valor añadido, evidencia una planta hotelera en un estadio incipiente de modernización en TI, que puede plantear graves problemas de competitividad principalmente con cadenas hoteleras cuyas experiencias en este terreno llevan décadas con frutos altamente positivos.

* César Camisón es Catedrático de Organización de Empresas y Director del Master de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad de Valencia y Salvador Méndez es profesor titular del Departamento de Economía Aplicada en el área de Estadísticas Empresariales y profesor del Master de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad de Valencia.

1. La Revolución de las Tecnologías de la Información

Las Tecnologías de la Información (TI en lo sucesivo) agrupan un conjunto de innovaciones basada en la Electrónica, la Cibernética y las Telecomunicaciones, que comprenden desde ordenadores hasta equipos para el tratamiento de la información o soporte de toma de decisiones organizativas, aplicables en múltiples tareas.

Aunque su proceso de desarrollo se remonta hasta las primeras manifestaciones de medios de comunicación, su pleno significado lo adquiere con la ruptura, primero, de los encadenamientos entre las tecnologías electromecánica y electrónica en los años 50 (que permitió a las TI liberarse de las limitaciones de los sistemas mecánicos), y segundo, con la revolución de la tecnología microelectrónica a partir de los años 70. Desde entonces, las innovaciones en sistemas y componentes microelectrónicos han avanzado profundamente en todos los campos, hasta llegar a una serie de productos (cuyo último exponente pueden ser las redes telefónicas móviles o las redes de valor añadido) donde convergen todas las formas de TI en un único sistema digital de transmisión, procesamiento, almacenamiento y recuperación de información, que Hall y Preston (1990) denominan Tecnología de la Información Convergente.

Acompasado a este vertiginoso y revolucionario proceso, la bibliografía sobre TI ha crecido casi con la misma rapidez que las propias TI⁽¹⁾.

2. La Administración de Empresas ante las Tecnologías de la Información

El mayor cambio producido en los negocios durante las últimas décadas ha sido la revolución de las TI, toda vez que, como señaló Diebold (1965) en un artículo pionero escrito en 1965, afectarán a la práctica administrativa de forma total:

1. La forma en que el management administra será influida significativamente por las nuevas capacidades a su disposición y los nuevos enfoques para la dirección que estas capacidades permiten.
2. Lo que el management administra será profundamente afectado en términos de estructura organizativa, composición de la fuerza de trabajo e instalaciones físicas.
3. El entorno externo en el cual los directores administran creará nuevas demandas y oportunidades.

Este acelerado cambio de la práctica administrativa ha forzado un estudio serio para comprender la relación entre las TI y el marco empresarial en que se aplica ⁽²⁾. Entre las contribuciones destacadas, debe realizarse el trabajo de Gibson y Nolan (1980) para estructurar las cuatro etapas de la informatización, ofreciendo un esquema, clásico hoy en día, para ayudar a la implantación o ampliación eficaz de sistemas informáticos en las organizaciones.

La investigación posterior ha progresado en otras facetas de gran importancia para la gestión de las TI, como son: el control del crecimiento informático (Withington, 1981), la optimización del sistema mediante la descentralización (Buchanan y Linowes, 1981;

1982), su aplicación en el trabajo de oficina (Matteis, 1980; Mertes, 1982), la creación y utilidad de Sistemas de Información a la Dirección - MIS: "Management Information Systems"- (Blumenthal, 1969; Dearden, 1972; Davis, 1974; Emery, 1990), y sus sucesores, los Sistemas de Ayuda a la Decisión - DSS: "Decision Support Systems"- (McCosh y Scott-Morton, 1978; King y Srinivasan, 1983; Parker y Al-Utaibi, 1986).

Los problemas mas recientes suscitados por la gestión de las TI han sido las dificultades para su implantación, tanto por sus repercusiones sobre la organización (Dearden, 1987; Raghunathan y King, 1988) como por sus efectos sobre los recursos humanos y el comportamiento humano en el trabajo (Zuboff, 1983; Jobber y Watts, 1986).

3. La Teoría de la Informática Estratégica

Desde que las TI se implantaron en las empresas como herramienta imprescindible para la administración, la evolución de esta técnica ha seguido un proceso vertiginoso. En un primer momento, las empresas apostaron por los ordenadores para agilizar las tareas repetitivas de oficina. Posteriormente se dieron cuenta de que las TI ofrecían un juego más amplio de posibilidades y utilizaron los Sistemas de Información como apoyo en la toma de decisiones. De este modo, las TI han ido escalando posiciones en el organigrama de las empresas, desviándose del terreno puramente "oficinista" al campo del *Management*.

Sin embargo, el progreso no se ha detenido aquí. Las perspectivas novedosas que las TI ofrecen para el futuro se recogen hábilmente en el concepto SIS (Sistema de Información

Estratégica), que indica la transición desde la utilidad operativa a la utilidad estratégica de estos instrumentos. Este termino ha sido acuñado por el consultor norteamericano Charles Wiseman, el mismo creador de la Teoría de la Informática Estratégica. La idea básica de esta teoría es que las TI adquieren rango estratégico cuando constituyen un aspecto fundamental de la estrategia y el trabajo administrativo de la alta dirección. En este nuevo enfoque, las TI no son sólo un medio de realizar proyectos definidos, sino que asumen un papel activo, cuando no son el origen de la innovación. La Informática Estratégica debe entonces permitir incrementar la competitividad, facultando la diferenciación de productos y servicios así como la oferta al cliente de productos exclusivos basados en sistemas de información exclusivos.

Las oportunidades que las TI ofrecen a la Dirección Estratégica de la empresa son abundantes y han sido ya ampliamente analizadas⁽³⁾.

No obstante, las aplicaciones donde las TI ofrecen perspectivas de mayor trascendencia estratégica son las que Hammer y Mangurian (1987) denominan "communications-intensive information systems" (CIIS). Estos sistemas interorganizativos son sistemas de información automatizada y distribuida, compartidos por dos o más empresas, que vinculan a cada empresa con su entorno. Están compuestos de procesadores, estaciones inteligentes de trabajo y terminales, subsistemas interconectados por medio de redes de comunicaciones de área local o más amplia.

Los sistemas CIIS permiten la rápida transmisión de información, de forma electrónica, entre lugares geográficamente dispersos y/o entre unidades organizativas separadas. Las capacidades que estas TI

brindan han sido identificadas ya por muchas empresas como un medio para incrementar su competitividad, ya sea por la mejora de la posición competitiva de competidores intrasectoriales, la transformación de sus productos y servicios, la creación de barreras de entrada en el negocio, cambiando los equilibrios de poder entre segmentos de la cadena de valor (comprador- suministrador, productor-distribuidor, distribuidor-consumidor, etc.), e incluso cambiando la naturaleza misma del negocio y sus formas de competencia (Keen, 1986; Hammer y Mangurian, 1987; Cash, McFarlan y McKenney, 1990).

4. El Valor Estratégico de las TI en la Empresa Turística

Los sistemas CIIS son innovaciones derivadas de avances tecnológicos recientes. Sin embargo, la creación de sistemas interorganizativos basados en redes se conoce desde hace algún tiempo, siendo justamente uno de los primeros y más conocidos casos los sistemas informatizados de reservas de las líneas aéreas y hoteles. Este antecedente ha dado lugar a los modernos "Central Reservations Systems" (CRS), con implicaciones directas para los diferentes negocios turísticos, especialmente el transporte de viajeros y el alojamiento⁽⁴⁾. Se trata de sistemas telemáticos compartidos por competidores intrasectoriales y por empresas que mantienen relaciones de cliente, comprador o suministrador en la cadena de valor del negocio .

El concepto de proveer servicios centrales de reservas automatizados surgió a mediados de los 60, siendo Holiday Inns la primera cadena en introducirlos. En 1976 habían sido informatizadas las operaciones de reservas

centrales de 14 de las 20 mayores cadenas norteamericanas. El período entre 1983 y 1987 muestra el incremento de la sofisticación de los CRS. Hacia 1987 casi toda la acción CRS hotelera estaba localizada en EE.UU., iniciándose por entonces el rápido desarrollo de los sistemas computerizados para reservas de alquiler de automóviles y de viajes en líneas aéreas. Desde aquel momento, el desarrollo en esta materia se ha enfocado en cinco áreas:

1. Esfuerzos crecientes de las grandes líneas aéreas para expandirse.
2. La madurez de los CRS de las grandes cadenas hoteleras estadounidenses.
3. Nuevos paquetes de software.
4. Llegada de efectivos CRS privados.
5. Llegada de interfaces universales entre sistemas centrales de reservas hoteleras y de líneas aéreas.

A pesar de este vertiginoso crecimiento en la

De hecho, el nivel de uso de esta opción tecnológica por las agencias de viajes es notablemente mayor. Los informes "Louis Harris Hotel Market Study of U.S. Travel Agents", realizados anualmente, permiten un análisis continuo y detallado de la automatización y el modo como las agencias de viajes usan los CRS en el proceso de reservas hoteleras. El último informe de 1992 revela que la inclinación por una de las dos opciones básicas (teléfono o CRS) depende del tipo de hotel. A medida que crece el tamaño del hotel, las agencias de viajes recurren más al teléfono para formalizar reservas, reflejándose así la complejidad del proceso de reservas en hoteles de gran escala. El estudio demuestra que las llamadas telefónicas prevalecen para resorts, hoteles "all suite" y hoteles para clientes internacionales. El porcentaje de uso más alto de CRS se encuentra en los hoteles de aeropuerto (Tabla 1)

Tabla 1: Comparación entre el método de reservas hoteleras por tipos específicos de hoteles

% Promedio de Reservas Hechas Por Medio de									
	Budget/ Economy	Midprice	Lujo	Primera Clase	All Suites	Aeropuerto	Downtown Commercial	Resort	Clientes Internacionales.
Teléfono	55	49	57	55	68	43	49	71	83
CRS	45	51	43	45	32	57	51	28	30
Otros Métodos	-	-	-	-	-	-	-	1	2

Fuente: "Lowis Harris Hotel Market Study of US Travel Agents" (1992)

difusión de estas innovaciones tecnológicas, hoy en día sólo el 22 % de las reserva de habitaciones en hoteles de EE.UU. son hechas vía sistemas centrales de reservas, y menos del 5 % fuera de EE.UU. (Chervenak, 1991)⁽⁵⁾. No obstante, se prevé un rápido desarrollo en el futuro a corto plazo de los CRS.

Los sistemas CIIS conllevan relevantes implicaciones estratégicas (Go, 1992), no sólo porque son una de las principales tecnologías utilizables actualmente para incrementar la calidad del servicio (Reid y Sandler, 1992), sino además por su impacto en la estructura sectorial. Los CRS actúan como estímulo para el aumento de la concentración hacia grandes

grupos internacionales y la disminución del número de competidores, tanto en el negocio del alojamiento como en el de transporte aéreo de viajeros (Borzini, 1990). Igualmente, están en la base de la alteración de los procedimientos de compra de los consumidores y de la creciente distinción entre agencias de viajes de ocio y de negocio (Hitchins, 1991). El mismo negocio de creación de CRS se debate en una dura competencia entre los distintos sistemas computerizados de reservas entendidos como sistemas de distribución global, y de éstos con algunos sistemas de distribución nacional (Lindsay, 1992).

En definitiva, podemos concretar en cuatro las ventajas que los sistemas CIIS ofrecen a la empresa turística (Vázquez, 1991, pp. 107):

1. Mejora de la calidad del servicio y del ratio coste/calidad.
2. Herramienta flexible y adaptativa a diversas circunstancias.
3. Disponibilidad de información necesaria, suficiente y a medida de cada turista.
4. Ayuda para la adquisición, depuración, conservación y distribución del conocimiento turístico especializado.

La toma de conciencia a nivel mundial por los competidores de los diferentes negocios turísticos de las oportunidades competitivas que las TI ofrecen, así como la preocupación por cómo diseñar procesos de mejora de la eficacia en su gestión y de la calidad de su capital humano, nos ha llevado a centrar nuestra atención en la situación de la empresa turística de la Comunidad Valenciana en cuanto a gestión de las TI. Con este fin, se ha llevado a cabo una investigación empírica entre el negocio hotelero de esta Comunidad, cuyos objetivos, metodologías y resultados pasamos a exponer a continuación.

5. Objetivos y Características del Estudio Empírico

El objetivo principal del estudio se centró en el análisis de la demanda de aplicaciones informáticas por las empresas hoteleras de la Comunidad Valenciana. Concretamente, se pretendía averiguar, con un elevado nivel de confianza, cuáles son aquellas actividades particulares de este sector que son susceptibles de ser informatizadas, con el fin de poder llevar a cabo una planificación eficiente del diseño de un programa de contenidos para planes de formación sobre estas aplicaciones, de manera que las actuaciones de la Administración en esta línea fuesen eficaces y respondiesen a las necesidades reales del sector considerado.

También se pretendía conocer el nivel de informatización actual en el sector, y poder extraer información de la experiencia de aquellos hoteles que ya han realizado inversiones en esta partida.

Podemos, pues, establecer dos puntos bien diferenciados:

a) Conocer el nivel de informatización existente en aquellos establecimientos que ya utilizan técnicas de gestión informatizadas en diversas actividades, e investigar cuáles de ellas son las más utilizadas. Asimismo, deseabamos valorar el grado de satisfacción en cada una de ellas y las necesidades futuras.

b) Análisis de la demanda de aplicaciones informáticas en las distintas áreas de gestión, para aquellos hoteles no informatizados, y que, por supuesto, tengan previsto estarlo.

Para ello, se analizaron cuales serían las actividades por las que se comenzaría este proceso, y la predisposición existente hacia

una inversión de este tipo.

La información que se obtuvo respecto a los dos puntos anteriores permitió, junto con otros datos, planificar el contenido de los cursos que se impartiesen, en el sentido de establecer una jerarquía de actividades o áreas de gestión, utilizando como criterio la necesidad o conveniencia de ser informatizadas.

5.1 Hoteles objeto de estudio

La población objeto de estudio son los hoteles instalados en la Comunidad Valenciana con categoría de 2 y 3 estrellas. Las razones para esta elección muestral son las siguientes:

1. Los hoteles de 5 estrellas responden a una filosofía de gestión absolutamente distinta al resto de la planta hotelera. Presentan, además, unos niveles de informatización muy elevados ya en estos momentos, que responden a unos criterios particulares difícilmente extrapolables al resto del sector. Deben ser, pues, objeto de un estudio específico.

2. Se han excluido los hoteles de 1 estrella, así como los hostales, porque a pesar de ser susceptibles de incorporar la informática en su gestión o mejorarla si ya existe, frecuentemente no reúnen los mínimos imprescindibles en cuanto a dimensión de empresa, profesionalidad de dirección (en función de su carácter habitual de empresa familiar) o estructura informativa, para un análisis racional de sus estrategias de informatización conjuntamente con hoteles gestionados con criterios empresariales y de mucha mayor capacidad. Deben ser, igualmente, objeto de un estudio específico.

3. Como demostraremos más adelante, los hoteles de 4 estrellas constituyen, al menos en cuanto atañe a la característica capacidad, una población bastante homogénea con los hoteles de 3 estrellas pudiendo extrapolarse los

resultados de estos últimos.

La población a investigar, hoteles de 2 y 3 estrellas instalados en la Comunidad Valenciana, se determinó a partir del Censo de Hoteles facilitado por la Conselleria d'Industria, Comerç i Turisme en septiembre de 1990. De esta información censal, se deduce que en dicha fecha existían en la Comunidad Valenciana 340 hoteles de las diferentes categorías. De ellos, un total de 209 establecimientos estaban clasificados con 2-3 estrellas. Así pues, la población muestral supone un 61.5 % de la planta hotelera total de nuestra Comunidad.

6. La Empresa Hotelera Valenciana: Dimensión, Localización y Temporalidad

6.1 Dimensión de la empresa hotelera valenciana

El estudio de la población según el tamaño medio de hotel (medido por el número de plazas) puede ser importante, dado que las diferencias que pueden encontrarse en cuanto a capacidad según el municipio, zona o categoría pueden condicionar las expectativas de informatización. En la tabla 2 se observan los tamaños medios de los hoteles de todas las categorías, así como de 2-3 estrellas, segmentando la población por áreas geográficas.

De esta tabla se puede sacar la conclusión que, para el conjunto de la oferta hotelera valenciana, las zonas turísticas de litoral tienen hoteles de mayor capacidad que la dimensión media de hotel de la Comunidad que es de 177 plazas. Al quedarnos con el espectro de hoteles de 2-3 estrellas, la media del hotel tipo pasa a 204 plazas. La explicación de este

Tabla 2: Tamaño Medio de la empresa hotelera Valenciana por áreas geográficas

ÁREA GEOGRAFICA	TAMAÑO MEDIO TODAS LAS CAT.	TAMAÑO MEDIO CAT. 2 Y 3 EST.
CASTELLÓN LITORAL	110	143
CASTELLÓN INTERIOR	65	77
VALENCIA	175	154
VALENCIA LITORAL	159	181
VALENCIA INTERIOR	65	75
BENIDORM	249	278
ALICANTE LITORAL	158	197
ALICANTE INTERIOR	60	61
MEDIA GLOBAL	177	204

Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme. Elaboración Propia

hecho radica en la eliminación de los hoteles de una estrella, que en gran parte son empresas con una dimensión reducida. En la población a investigar (209 hoteles de 2-3 estrellas), observamos nuevamente que los de mayor tamaño se ubican en el litoral, manteniendo un nivel muy superior a la media, notablemente superior incluso a los hoteles ubicados en las capitales de provincia.

Los hoteles de 2-3 estrellas de las zonas turísticas costeras son establecimientos de gran capacidad, y por tanto susceptibles de ser informatizados.

El análisis del tamaño de los hoteles diferenciado por categorías arroja también resultados interesantes (tabla 3). Se aprecian unas diferencias notables de capacidad, creciendo esta además de forma continua con el aumento de la categoría del establecimiento. Se refrenda lo dicho anteriormente sobre el reducido número de plazas de los hoteles de una estrella (96 plazas de media).

Se observa igualmente que los hoteles de 3 y 4 estrellas tienen una capacidad media muy similar, bastante dispar del colectivo de 2 estrellas. Este hecho nos llevó a formular la hipótesis de que los hoteles de 3-4 estrellas

son mas parecidos entre sí que los hoteles de 2-3 estrellas. Para comprobar esta hipótesis sometimos la población de los hoteles de la Comunidad a un test no paramétrico (test de Kruskal-Wallis) para comprobar si el hecho de ser o no de una determinada categoría los hace diferentes en su capacidad, y que categoría de hoteles podrían agruparse en referencia a su capacidad (tabla 4). Como era de esperar, el resultado de dicho contraste indica que no podemos considerar los cinco grupos de hoteles como una sola población. El valor del estadístico Chi-cuadrado es tal que con un nivel de significación de 0,01 (nivel de confianza del 99 %), no podemos aceptar esta hipótesis.

Procedimos a continuación a aplicar dicho test, pero para restricciones de las categorías,

Tabla 3: Tamaño medio de la empresa hotelera valenciana por categorías

CATEGORÍA HOTEL	TAMAÑO MEDIO
H *	96
H**	131
H***	289
H****	292
H*****	339

Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme. Elaboración propia

Tabla 4: Contraste de la capacidad hotelera por categorías en la Comunidad Valenciana

Nº PLAZAS POR CATEGORÍA		
TODAS LAS CATEGORÍAS		
CATEGORÍA	RANGO MEDIO	CASOS
H *	105.1	106
H **	148.89	113
H ***	247.44	96
H ****	246.55	22
H *****	275.33	3
CASOS	JI-CUADRADO	SIGNIFICACIÓN
340	127.78	0.000
HOTELES 1 Y 2 ESTRELLAS		
CATEGORÍA	RANGO MEDIO	CASOS
H *	93.64	106
H **	125.35	113
CASOS	JI-CUADRADO	SIGNIFICACIÓN
219	13.70	0.0002
HOTELES 2 Y 3 ESTRELLAS		
CATEGORÍA	RANGO MEDIO	CASOS
H **	75.76	113
H ***	139.42	96
CASOS	JI-CUADRADO	SIGNIFICACIÓN
209	57.50	0.000
HOTELES 3 Y 4 ESTRELLAS		
CATEGORÍA	RANGO MEDIO	CASOS
H ***	59.34	96
H ****	60.18	22
CASOS	JI-CUADRADO	SIGNIFICACIÓN
118	0.0107	0.9174

Fuente: Elaboración propia .

buscando algún emparejamiento coherente. Los resultados fueron negativos para los colectivos de hoteles de 1-2 estrellas y hoteles de 2-3 estrellas, formando cada uno de los grupos unidos en cada emparejamiento una población distinta en cuanto a su capacidad.

Por tanto, no podemos tratar a dichos colectivos de hoteles de la misma manera, dado que siendo sus capacidades dispares es previsible que sus aptitudes hacia la mecanización también lo sean. Por contra, en lo que se refiere a los hoteles de 3-4 estrellas (entre los cuales se habían obtenido medias de capacidad muy similares) se obtuvo un valor de "significación" muy alto (0.9174), lo cual nos permite aceptar la hipótesis de que pueden considerarse como una misma población en cuanto a su capacidad. Esto nos aporta la convicción de que los resultados obtenidos al valorar los hoteles de 3 estrellas, pueden en gran medida extrapolarse a los hoteles de 4 estrellas.

Por tanto, han de tenerse en cuenta dos poblaciones distintas: una la formada por los hoteles de 3 estrellas y otra integrada por los hoteles de 2 estrellas. La primera población tiene ciertas posibilidades de extrapolación a los hoteles de 4 estrellas; la segunda población es independiente.

6.2 Temporalidad de la oferta hotelera valenciana

Un hecho llamativo de la oferta hotelera en la Comunidad Valenciana es la gran cantidad de hoteles de temporada, que se mantienen cerrados durante una determinada época del año. La época del cierre en esta Comunidad suele ser, en general, desde octubre-noviembre hasta marzo-abril. Este rasgo de la oferta es coherente con una demanda estacional centrada en las épocas estivales.

Dado que el comportamiento de un hotel de temporada debe ser, en principio, distinto desde el punto de vista de su "estructura informática", o constituye al menos una característica digna de estudio, es interesante estudiar la población de hoteles valencianos desde el prisma de su temporalidad.

Tabla 5: Índice de apertura anual de la empresa hotelera valenciana por áreas geográficas

ZONA GEOGRÁFICA	ÍNDICE APERTURA TODAS LAS CAT.	ÍNDICE APERTURA CAT. 2 Y 3 EST.
CASTELLÓN LITORAL	0.4038	0.5000
CASTELLÓN INTERIOR	0.3333	0.2500
VALENCIA	0.9310	0.8750
VALENCIA LITORAL	0.5833	0.4706
VALENCIA INTERIOR	0.7273	0.8571
BENIDORN	0.5620	0.7051
ALICANTE LITORAL	0.7442	0.8235
ALICANTE INTERIOR	1.0000	1.0000
COMUNIDAD VALENCIANA	0.6324	0.7081

Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme. Elaboración propia

La tabla 5 recoge el índice de apertura anual (nº de hoteles abiertos todo el año/nº total de hoteles) para el conjunto de la oferta hotelera valenciana, indicando el índice global para la Comunidad, y los índices para cada una de las áreas geográficas consideradas. Se observa un índice de apertura anual bajo, un 63.2 %, aunque el mayor índice de hoteles de temporada se encuentra en las zonas turísticas. Los hoteles de playa son claramente estacionales, siendo los establecimientos del litoral castellonense los que cierran en mayor medida una temporada al año. Es significativo el caso de Benidorm, donde un 44 % de los hoteles cierran una temporada cada año. Casos similares constituyen la mayoría de los

Tabla 6: Índice de apertura anual de la empresa hotelera Valenciana por categorías

ZONA GEOGRÁFICA	ÍNDICE APERTURA	Nº HOTELES
H *	0.4340	106
H **	0.6814	113
H ***	0.7396	96
H ****	0.8636	22
H *****	0.6667	3
COMUNIDAD VALENCIANA	0.6324	340

Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme.
Elaboración propia

municipios turísticos del litoral. El bajo índice de hoteles abiertos permanentemente en el interior de Castellón denuncia su carácter turístico, frente al carácter básicamente como hoteles de transito de los establecimientos del interior de Valencia y Alicante. Los hoteles de ciudad son principalmente hoteles permanentes.

El análisis del índice de apertura anual por categorías de hotel (tabla 6) revela que el mayor índice de temporalidad se encuentra en los hoteles de 1 estrella, categoría en la cual solo el 43 % de establecimientos permanecen abiertos todo el año. En el resto de categorías, dicho índice es inferior a la media de la Comunidad, manteniéndose una relación directamente proporcional entre número de estrellas y número de hoteles abiertos permanentemente. La excepción que suponen los hoteles de 5 estrellas se explica por el efecto perturbador que supone el cierre de un solo hotel (situado en Benidorm), ante la reducida dimensión de su submuestra. Sin tener en cuenta éstos, puede observarse claramente que son los hoteles de 3 y 4 estrellas los que presentan un mayor índice de apertura. Este dato refuerza aún más la hipótesis de que los establecimientos de estas dos categorías pueden presentar

comportamientos similares en distintas facetas, por lo que, tal y como sugerimos líneas atrás, podemos en cierta medida extrapolar los resultados encontrados para los hoteles de 3 estrellas a los de 4 estrellas.

6.3 Localización de la empresa hotelera valenciana

El análisis de la población respecto a su localización aporta datos significativos acerca de las peculiaridades de la oferta hotelera entre las diversas zonas turísticas, y con respecto a los hoteles de ciudad y los hoteles de interior, en lo que atañe a las variables categoría, capacidad y temporalidad.

La distribución de la oferta hotelera valenciana por zonas (gráfico 1) reafirma su concentración en el litoral, absorbiendo los hoteles de playa el 83 % de la planta existente. El liderazgo lo ostenta sin duda el litoral alicantino, que absorbe más del 60 % de los hoteles valencianos de cualquier categoría, destacando dentro de él Benidorm, que por sí solo supone el 35.6 % de la oferta de la Comunidad. Como contrapartida, destaca la reducida participación de los hoteles de ciudad y los hoteles de interior (un 8.2 %).

Si estudiamos los tamaños medios de los hoteles en las zonas segmentadas (tabla 2), observamos que los hoteles con mayor capacidad media se encuentran en Benidorm, con una media de 249 plazas por hotel. El otro extremo lo ocupa el litoral castellanense, cuyos hoteles tienen la menor dimensión media de todo el litoral valenciano. Frente a esta capacidad media-alta de los hoteles de playa, los hoteles de interior son establecimientos de reducido tamaño, del orden de 60-65 plazas.

Estas claras diferencias observadas en el tamaño medio según la zona considerada, permiten establecer la "división por áreas

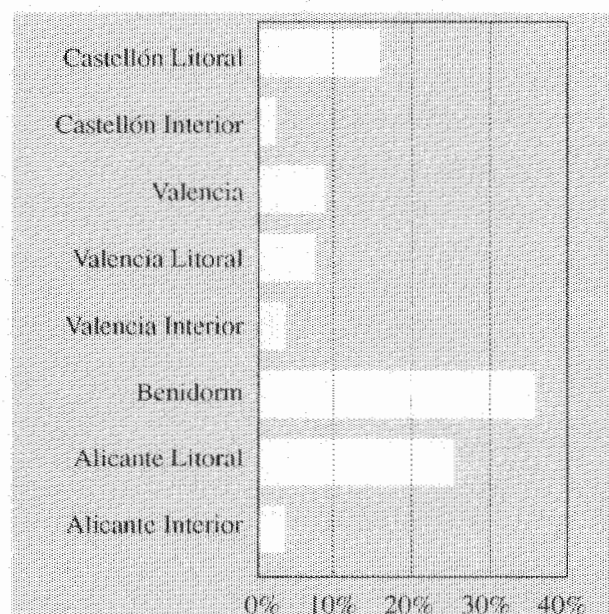
geográficas" como un factor a considerar a la hora de analizar cualquier característica que pueda estar afectada parcial o totalmente por la variable dimensión.

La empresa hotelera valenciana de 2-3 estrellas

El análisis de la distribución zonal del conjunto de hoteles a estudiar no arroja divergencias sustanciales respecto a la distribución del total de hoteles. Confirma nuevamente la concentración de la oferta valenciana, en este caso de baja-media calidad, sobre el litoral y especialmente en la Costa Blanca y Benidorm, donde están localizados el 61.7 % de los hoteles de 2-3 estrellas de nuestra Comunidad.

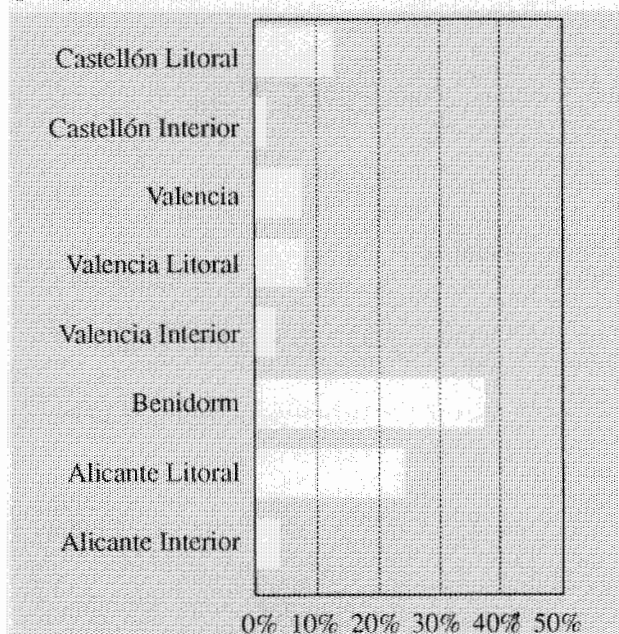
La dimensión media de este colectivo de hoteles aumenta sustancialmente desde las 177 plazas de los hoteles de todas las categorías hasta 204 plazas. Este incremento se observa en todas las zonas estudiadas, con la excepción de Valencia capital (tabla 2).

Gráfico 1: Distribución oferta hotelera valenciana por áreas geográficas



Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme. Elaboración propia

Gráfico 2: Distribución oferta hotelera valenciana de 2 3 estrellas por áreas geográficas



Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme.
Elaboración propia

donde la eliminación de algunos hoteles de alta calidad y capacidad reduce el tamaño promedio. Este efecto no se produce en el resto de áreas, donde la definición de la población a estudiar excluye esencialmente pequeños hoteles de 1 estrella.

Por último, se aprecia un menor índice de temporalidad en los hoteles con categoría de 2-3 estrellas respecto a la media del total de hoteles. Nuevamente se confirma la concentración de una parte importante de los hoteles de temporada en los establecimientos de una estrella, proporcionalmente más numerosos en Benidorm y en la Costa Blanca (tabla 5).

7. Aspectos Metodológicos de la Investigación

Dado el tamaño relativamente reducido de la

población a estudiar (209 hoteles de 2 y 3 estrellas), se decidió realizar una encuesta de carácter censal. Teniendo en cuenta las características de ésta, se consideró oportuno utilizar el procedimiento de entrevista personal con el gerente de cada hotel, con lo cual podrían matizarse por parte de los encuestadores aquellas cuestiones que resultaran confusas y que, por esta razón, pudieran suponer la "no respuesta".

El trabajo de campo fue programado inicialmente para realizarse durante los meses de junio-julio de 1990, pero por cuestiones técnicas no pudo comenzar hasta Octubre del mismo año. La consecuencia de esta eventualidad supuso un nivel de "no respuesta" elevado, dado que todos aquellos establecimientos de temporada estaban ya cerrados. Si consideramos que el hecho de ser o no un hotel de temporada puede ser un elemento importante en cuanto al nivel y conocimiento de aplicaciones informáticas, los resultados obtenidos en el estudio deben extrapolarse con cuidado a establecimientos de temporada. Por tanto, los resultados del trabajo empírico estarán sesgados hacia las aptitudes de los hoteles que permanecen abiertos todo el año, las cuales en principio debieran ser más favorables a la adaptación de sistemas de información mecanizada.

De los 148 establecimientos (hoteles de 2 y 3 estrellas abiertos todo el año) finalmente sólo pudieron entrevistarse a 104, lo cual supone un 70,3 % de entrevistas sobre las programadas inicialmente. Las causas principales de la "no respuesta" fueron: hoteles ilocalizables, debido a la existencia de direcciones erróneas en el directorio utilizado, y gerentes ausentes por motivos de trabajo.

Antes de exponer los resultados del estudio empírico hay que señalar tres consideraciones ya apuntadas anteriormente:

1. El comportamiento de los hoteles de 3 estrellas en gestión de las tecnologías de la información es extrapolable a los hoteles de 4 estrellas, por lo menos en cuanto atañe a la característica capacidad.

2. Los hoteles de una estrella forman una población dispar y elevada, con un tamaño reducido y un número importante de establecimientos de temporada. Su peculiar idiosincrasia les hace incomparables con los hoteles de 2-3 estrellas, tanto en cuanto a comportamiento y estilos de gestión como en cuanto a soluciones y expectativas de informatización.

3. El principal problema en el desarrollo del trabajo ha sido no poder entrevistar a los gerentes de los hoteles de temporada. Por tanto, las conclusiones que del estudio empírico se puedan sacar tendrán un sesgo de mayor interés y profesionalidad en la gestión de las tecnologías de la información que si la población estudiada hubiese incluido, además, los hoteles de temporada y los hoteles de 1 estrella.

8. Nivel de Informatización de la Empresa Hotelera Valenciana

El primer objetivo del estudio empírico ha sido el determinar el nivel de informatización de la empresa hotelera valenciana globalmente considerada, así como segmentando por categoría y localización del establecimiento⁽⁶⁾.

El 54 % de los establecimientos hoteleros de 2 y 3 estrellas de la Comunidad Valenciana ha introducido medios informáticos de algún género en su gestión. La tabla 7 detalla el nivel de informatización del sector para las dos categorías consideradas, considerándolo en su totalidad y segmentando por categorías y

provincias. Si atendemos a este último criterio, puede advertirse que es la provincia de Alicante la que presenta un mayor porcentaje de hoteles informatizados (65.7 %). Si tenemos en cuenta que la gran mayoría de los hoteles encuestados en dicha provincia están ubicados en Benidorm y resto del litoral, puede admitirse que son éstas dos áreas (Benidorm y Costa Blanca) las mejor dotadas tecnológicamente. Resulta preocupante el dato obtenido para la provincia de Castellón, pues apenas un 21 % de sus establecimientos están informatizados.

Tabla 7: Nivel de informatización de la empresa hotelera valenciana

	NO	SI
CATEGORÍA		
H **	69.0%	31.0%
H ***	28.9%	71.1%
PROVINCIA		
CASTELLÓN	78.6%	21.4%
VALENCIA	42.1%	57.9%
ALICANTE	34.3%	65.7%
COMUNIDAD VALENCIANA	45.6%	54.4%

Nota: Porcentaje de hoteles informatizados sobre el total de la muestra, segmentada por categorías y provincias.

Fuente: Elaboración propia. (Porcentajes horizontales)

Los datos obtenidos por categorías también son significativos. El 71.1 % de los hoteles de tres estrellas están informatizados, mientras que en los hoteles de dos estrellas el porcentaje es tan sólo el 31 %. Teniendo en cuenta que la dimensión media del hotel de tres estrellas es superior al de dos, es evidente que esta variable juega un papel importante en las decisiones de informatización. La tabla 8 traduce el porcentaje de hoteles informatizados en porcentaje de plazas. Como puede observarse, en todos los casos, sea cual sea el segmento considerado, el porcentaje de plazas correspondiente al porcentaje de hoteles

Tabla 8: Relación nivel de informatización capacidad en la empresa hotelera valenciana

	NO	SI
CATEGORÍA		
H **	56.0%	44.0%
H ***	15.7%	84.3%
PROVINCIA		
CASTELLÓN	63.3%	36.7%
VALENCIA	22.1%	77.9%
ALICANTE	21.3%	78.7%
COMUNIDAD VALENCIANA	24.0%	76.0%

Nota: Porcentaje sobre el total de plazas que representan los hoteles informatizados y los NO informatizados.

Fuente: Elaboración propia.

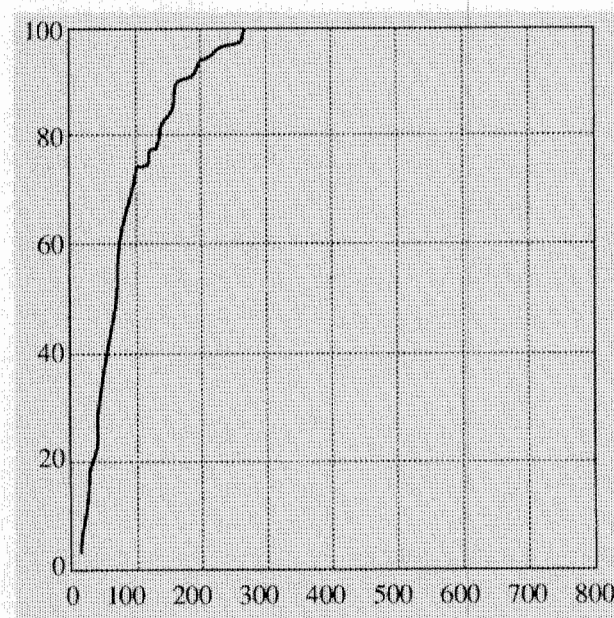
informatizados es siempre superior. Por ejemplo, el 54.4 % de hoteles (porcentaje establecimientos informatizados en toda la Comunidad Valenciana) engloba el 76 % del total de plazas.

Este fenómeno lo hemos analizado también en el gráfico 3, en el cual se representa la tasa acumulada de hoteles no informatizados en función de la dimensión. Por ejemplo, puede observarse que el 80 % de los hoteles no informatizados tienen menos de 150 plazas, así como que el 100 % de los mismos tienen menos de 300 plazas.

En cuanto al análisis de los niveles de informatización de las diversas actividades que comprende la gestión hotelera, hemos dividido ésta en siete áreas susceptibles de ser informatizadas:

1. Gestión de clientes.
2. Contabilidad general.
3. Contabilidad de costes.
4. Gestión de almacenes, incluyendo gestión de productos alimentarios y no alimentarios y bodega.
5. Gestión de proveedores.

Gráfico 3: Correlación entre nivel de informatización y dimensión hotelera



Nota: %acumulado de hoteles no informatizados según dimension

Fuente: Elaboración propia

6. Gestión de personal.
7. Gestión de agencias.

La tabla 9 refleja el estado general, en cuanto a informatización se refiere, de cada una de estas actividades, considerando sólo aquéllos hoteles que están total o parcialmente informatizados. Destaca el alto nivel de mecanización de tres actividades: contabilidad general, gestión de clientes y gestión de agencias. En los dos primeros casos, este hecho es lógico al tratarse de las áreas por donde debe comenzar la informatización. En el caso de las relaciones con las agencias de viajes, su alta mecanización trasluce ya las exigencias que para una gestión hotelera eficaz implican, tanto las oportunidades competitivas de las tecnologías de la información como las innovaciones tecnológicas en los canales de comercialización y sistemas de reservas. La gestión de proveedores es otra área con un nivel de informatización destacable.

Resalta negativamente la baja mecanización (inferior en todos los casos al 50 % de los hoteles informatizados) de la gestión de costes y recursos (humanos y materiales), justamente las áreas de creación de valor añadido y donde se sustenta la competitividad de la empresa. No obstante, debe puntualizarse que el hecho de que la contabilidad de costes esté en los últimos lugares no implica necesariamente que la dirección la considere una actividad poco importante. La existencia de una contabilidad

analítica en el hotel supone, si se pretende que sea efectiva, el recabar información de un conjunto de centros de coste; por tanto, no tiene demasiado sentido informatizar esta actividad si la gestión de recursos no lo está, dado que va a recibir continuamente peticiones de información mecanizada. El dato que resulta incongruente y nos plantea la duda sobre si la dirección hotelera ha reflexionado acerca de la cuestión anterior es que el nivel potencial de informatización (medido por la

Tabla 9: Nivel de informatización de las distintas áreas de gestión

	CATEGORÍA		TOTAL
	H ** %	H*** %	%
GESTIÓN CLIENTES			
GESTIÓN INFORMATIZADA	87.5%	92.3%	91.2%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	12.5%	7.7%	8.8%
CONTABILIDAD GENERAL			
GESTIÓN INFORMATIZADA	87.5%	92.6%	91.4%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	12.5%		2.9%
INFORMAT. NO PREVISTA		7.4%	5.7%
CONTABILIDAD COSTES			
GESTIÓN INFORMATIZADA	32.1%	40.4%	42.5%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	50.2%	48.2%	42.3%
INFORMAT. NO PREVISTA	17.7%	11.4%	15.2%
PROD. ALIMENTARIOS			
GESTIÓN INFORMATIZADA	37.2%	44.3%	42.4%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	25.3%	32.0%	30.5%
INFORMAT. NO PREVISTA	37.5%	24.0%	27.1%
BODEGA			
GESTIÓN INFORMATIZADA	37.8%	44.2%	42.4%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	25.1%	31.6%	30.3%
INFORMAT. NO PREVISTA	37.1%	24.2%	27.3%
PROD. NO ALIMENTARIOS			
GESTIÓN INFORMATIZADA	45.1%	48.2%	48.5%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	25.3%	32.5%	30.3%
INFORMAT. NO PREVISTA	19.6%	19.3%	21.2%
GESTIÓN PROVEEDORES			
GESTIÓN INFORMATIZADA	62.6%	65.5%	64.7%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	25.0%	15.3%	18.7%
INFORMAT. NO PREVISTA	12.4%	19.2%	16.6%
GESTIÓN DE PERSONAL			
GESTIÓN INFORMATIZADA	50.0%	50.0%	50.0%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	12.5%	19.2%	17.6%
INFORMAT. NO PREVISTA	37.5%	30.8%	32.4%
AGENCIAS			
GESTIÓN INFORMATIZADA	76.2%	88.6%	84.8%
INFORMATIZACIÓN PREVISTA	12.9%	8.4%	9.1%
INFORMAT. NO PREVISTA	10.9%	3.0%	6.1%

Fuente : Elaboración propia.