

EL OVERBOOKING EN MALLORCA

Por

Pedro de Eusebio Rivas

y

Jorge Casamayor Lagarda

La falta de tratamiento científico del overbooking, registrado en alguna ocasión en Mallorca, ha dado lugar con molesta reiteración a campañas propagandísticas en el extranjero, que, desorbitando su magnitud real han llegado a hacer dudar al potencial visitante del feliz término de su veraneo en España.

Las líneas que siguen a continuación tienen la pretensión de analizar el problema con ecuanimidad y con un mayor rigor que el mero artículo periodístico prototipo de esa clase de publicidad en la que tan a la ligera se trata el turismo español, a la par que con ellas se concluye el resumen del estudio «La Agencia de Viajes y su problemática actual en Mallorca», cuya anterior y primera parte apareció en el número 27 de esta misma Revista.

En un artículo anterior de esta misma Revista (a), se ha señalado la financiación procedente de la Agencia de Viajes como una de las notas más destacadas —si no la más— del panorama turístico mallorquín, y camino de insertarse en su propia estructura turística. El overbooking, por el contrario, ha aparecido como un fenómeno coyuntural pero de mayor resonancia en la opinión pública. Esto ha

(a) «La Agencia de Viajes en España y su problemática actual en Mallorca». Revista de Estudios Turísticos número 27.

hecho que, en gran parte, se hayan desorbitado sus efectos y magnitudes y se esté considerando como uno de los preferentes campos de actuación de la política turística, a corto plazo, de la zona.

No juzgamos necesario el definir el fenómeno, ya que es conocido que consiste en la contratación de plazas por encima del cupo de cabida real de los establecimientos hoteleros. Sin embargo, creemos de mayor utilidad una exposición de los hechos y de las formas como se ha venido demostrando en las últimas temporadas.

El overbooking se realiza tanto por parte de la Agencia, aceptando reservas de clientes en un monto superior a las que tiene adquiridas, como por el hotel, vendiendo a aquélla un número superior de plazas de las que su capacidad real le permite. En cualquier caso, las consecuencias son similares.

Es difícil precisar el número exacto de los turistas que se han visto afectados estos años por el overbooking, pues si bien en algún caso se ha llegado al extremo de que tuvieran que retornar a su lugar de origen en el mismo avión que llegaron, o que durmieran en el aeropuerto o plazas públicas por falta de alojamiento, en la mayoría de los casos, se logró un acuerdo entre cliente-agencia y hotel, alojándose bien en anexos, bien en establecimientos de categoría semejante. En este aspecto aparecen dos clases de overbooking bien diferenciados: el encubierto y el no encubierto.

El overbooking encubierto ha cobrado carta de generalidad en la isla y puede afirmarse que oscila entre el 8 y el 15 por 100 de la capacidad de cada hotel. Aunque en algunos casos estas cifras quedan rebasadas ampliamente, sus efectos, externamente, pasan casi desapercibidos.

El overbooking no encubierto tiene su aparición, sobre todo, en los meses de julio y agosto, alcanzando porcentajes del 100 y 200 sobre el número de plazas, pero siempre restringido a un número muy limitado de agencias y hoteles que, por regla general, son siempre los mismos. En los dos meses antes citados, en 1969 su cuantía fue de unos 4.000 casos, siendo los ingleses —2.500— los más afectados; proporción que, sin embargo, no alcanza el 4,5 por mil del total de los procedentes de Gran Bretaña. Los alemanes, que les siguieron en número, sufrieron un overbooking de un 0,5 por mil del total de llegados de dicha nacionalidad.

El overbooking encubierto es utilizado por el hotel como medio de cobertura de las variaciones estacionales y de las anulaciones de última hora. Vendiendo un exceso de número de plazas para toda la temporada, se pretende que la ocupación sea mayor en las épocas bajas, aunque nunca se consiguen incrementos considerables en ellas, y la ocupación total en las altas. En los meses de verano este overbooking queda resuelto, en parte por el porcentaje de anulaciones difíciles de cubrir de nuevo por el menguado margen de poco más de 21 días, o las de última hora aunque sean abonadas y que en su conjunto suponen de un 2 a un 4 por 100 de las plazas. Este porcentaje queda incrementado por la habilitación de anexos, que en la mayoría de los hoteles poseen.

Los hoteles hacen estas provisiones atentos a aprovechar al máximo los meses de mayor afluencia. En caso de que tales provisiones queden por debajo de la realidad, la práctica viene demostrando una cierta facilidad para llegar a acuerdos con los guías de las agencias y con otros hoteles, con lo que el overbooking continúa encubierto.

Así como esto, en cierto modo, es una medida empresarial de cobertura, el overbooking no encubierto está basado en la mayoría de los casos en la comisión de un delito tipificado en lo penal: la venta fraudulenta. Al venderse dos y hasta tres veces la misma plaza para la temporada que se avecina, hay que suponer que el hecho deja de ser un medio de cobertura para convertirse en fraude, con la intención de percibir unos anticipos cuyo fin, generalmente, es el solventar una precaria situación de liquidez. Esto en cuanto al hotel.

En lo que respecta al overbooking creado por la agencia de viajes sucede algo similar y, a excepción de aislados casos de flagrante mala fe, tiene su origen al intentar completar cupos que hagan rentable su transporte aéreo «charterista». No obstante, el overbooking encubierto es usado con mayor habitualidad por el hotel que por la agencia de viajes.

Causas.

Al analizar las causas provocadoras de la existencia del overbooking, debe hacerse una anotación previa. Es la de que este fenómeno

responde a una situación de hecho, generalizada, y que está siendo consagrada por la práctica turística. En este aspecto, los factores originarios no caen nunca del lado de la actuación personal e individualizada.

Con ello, queremos evitar la alusión a casos concretos y que no tendrían relevancia, a no ser por el uso propagandístico que se hace de ellos y porque suelen ser los más llamativos para la opinión pública. Está, en este caso, un overbooking provocado por algún turista, y que ha podido comprobarse que encierra unos fines de percepción de unas indemnizaciones, lo que, en definitiva, no deja de ser una actuación semejante a otras que pueden darse en cualquier actividad y sector.

Debe añadirse, también, que la casualidad en el fenómeno examinado no es directa ni exclusiva. Es fruto de una multiplicidad de condiciones y circunstancias, interrelacionadas entre sí, y emanadas de un proceso de crecimiento.

En este sentido, el overbooking es consecuencia coyuntural del acelerado y rápido crecimiento que está experimentando la industria turística española en los últimos años.

Todo proceso de desarrollo o crecimiento económico, tanto sea a nivel empresarial como nacional, lleva consigo desajustes, desviaciones y estrangulamientos económicos y sociales que perduran mientras tal proceso existe y mientras que no se alcance el nivel superior en el que éste se estabiliza o es «digerido» por el ente económico en desarrollo.

Las raíces próximas del overbooking se asientan tanto en la configuración de la industria hotelera como en la de las Agencias de Viajes.

En lo que respecta a la industria hotelera:

La afluencia turística a la isla es altamente estacional y la temporada alta es corta, por la que el hotelero procura asegurarse una ocupación que se aproxime al cien por cien en los meses de verano. Para ello, prefiere contratar sus plazas con algún exceso y, en todo caso, buscar una salida de última hora para cumplir con el sobremargen, si es que tiene lugar en la realidad.

El hotelero contrata un cupo de plazas con las Agencias desde abril hasta octubre, que normalmente, éstas no cubren en los primeros meses, nada más que en proporción muy pequeña. Debido a ésto aceptan nuevas reservas para cubrirse en el caso —estimado como seguro, pero demostrado falso— de que continuará incumpliendo sus contratos con la Agencia.

Un margen de overbooking del 18 al 15 por 100 está demostrado que es plenamente tolerable por los hoteles. Contribuye a ello, el porcentaje de anulaciones siempre existentes, el no cumplirse con la cuantía obligatoria para reserva directa por los clientes —lo que se está generalizando— y una pequeña elasticidad que poseen los establecimientos hoteleros para ampliar el número de sus plazas.

En algunos casos, el overbooking aparece por el retraso en la terminación de obras o la falta de licencias de apertura, que hace que en la mayoría de las ocasiones, al estar el hotel o las plazas ampliadas contratadas de antemano, exista aquél durante este período intermedio.

Las dificultades financieras por las que pasan un cierto número de hoteles mallorquines, hacen que a menudo acudan al overbooking con el fin de percibir unos anticipos en los meses de baja temporada que alivien sus tensiones de liquidez a corto plazo, esperando encontrarle solución antes del verano, bien buscando la forma de rescindir el contrato o de encontrar alojamiento en otros establecimientos.

En cuanto a las Agencias de Viajes:

Si bien la reglamentación española controla el incumplimiento de los contratos agencia-hotel, sancionando al hotelero cuando lo efectúa, no ocurre lo mismo cuando es la Agencia, que queda libre en la práctica, de toda represalia legal.

Algo semejante ocurre con la agencia extranjera respecto a la española, pues mientras ésta tiene controlado los márgenes de beneficio, incluso la extranjera no está sometida a ningún control.

Muy frecuentemente las agencias extranjeras contrataban las plazas hoteleras por medio de corresponsales que no poseen licencia. La actuación de éstos no siempre es correcta, y con objeto de alcanzar unos mayores ingresos usan el overbooking como salida para sus compromisos.

La agencia extranjera contrata por encima del cupo previsto esperando que se produzcan anulaciones, que luego no son confirmadas, o confiando en encontrar alojamiento una vez estén sus clientes en la isla. En otros casos deben completar vuelos para que la rentabilidad de sus viajes exista, vendiendo plazas a pesar de la inexistencia de reserva de alojamiento y, a veces, con el acuerdo de los viajeros que ocupan tales plazas.

El pintoresquismo de la forma del contrato entre agencia y hotel es, a menudo, notable. Tanto el uso de estipular el contrato en idiomas ininteligibles para el hotelero, como el realizarlo con personas vinculadas al hotel pero sin capacidad legal para ello, son hechos que abundan sobremedida.

En ocasiones, las Agencias tras contratar por ocho meses con el hotelero, lo incumplen durante los tres primeros y, posteriormente, al ser rescindido por el hotel, ignoran la comunicación que éste les hace en tal sentido, enviando los cupos completos en el verano.

En el año 1969, las Agencias provocaron un mayor overbooking por el gran número de turistas que fueron trasladados sin reserva. A ello hay que añadir que por causa de la situación política, en aquel entonces, como las habidas en Inglaterra y Francia, el contingente de visitantes se incrementó imprevistamente.

Efectos.

No cabe duda que el overbooking es un problema de cierta gravedad, y, sobre todo, de gran molestia; a pesar de lo cual pensamos que dé, relativamente, fácil control.

Sus efectos son, por el contrario, de mayor notoriedad de la que hace suponer el descubrirse sólo en fechas muy significativas y no adquirir excesivo volumen el número de los afectados.

1. Psicológicos.

La Delegación de Información y Turismo de Baleares ha observado que el fenómeno se da con una periodicidad cíclica bienal, pues su

aparición en una temporada hace más cautelosa su actuación en la siguiente.

Entrelazado con esto parece toda una gama de efectos psicológicos, tanto para la oferta como para la demanda. La oferta sobrevalora la magnitud de la corriente turística a la isla y, en muchos casos, cree estar en posesión de un mercado de mayor amplitud de la que tiene realmente, contribuyendo a la aparición de los efectos «de emulación» y «de mostración», examinados en el artículo anteriormente citado. En cuanto a la demanda, cobra la imagen de un mercado saturado, lo puede llegar a suponer un «efecto de rebote» hacia atrás de escasos beneficios.

2. Propagandísticos.

Muestra de esta clase de consecuencias son las campañas aparecidas, principalmente, en la prensa inglesa y alemana durante el verano de 1969. Con ellas se intentaba contribuir a fomentar aún más los efectos psicológicos y al desprestigio de una zona y de una industria turística. El overbooking, de cualquier forma, supone un estimable pretexto para la propaganda, tanto privada como alentada oficialmente en contra de una zona y, en el fondo, del turismo en general.

Junto a esta propaganda de prensa, está la realidad por los afectados que, si tienen una menor dimensión, su influencia es más directa. A estos hay que unir la de sus compatriotas o la de otros turistas que perciben el fenómeno de cerca y para los que llega a ser una vivencia. Si además se considera el carácter de pequeña comunidad que forman los turistas de un hotel o los integrantes de un viaje colectivo, el hecho puede llegar a ser conflictivo.

3. Económicos.

Con ser importantes los efectos ahora anotados y siendo los de mayor impacto externo, la efectividad económica del overbooking reviste unas peculiaridades menos ostensibles pero de más abultada cuantificación material.

En primer lugar, está la competencia desleal que dentro de la industria hotelera se desarrolla por parte de aquellos hoteleros que ejercen la práctica del overbooking. Mientras que éstos lograrán una ocupación más elevada a lo largo de todo el año, los otros hoteles tendrán que conformarse con ver sus cifras por debajo de aquéllos. Es más, la situación general de la industria hotelera está ayudando a la impunidad del fenómeno, puesto que son pocos los hoteles que pueden negarse a recoger el exceso de turistas sin alojamiento, que provoca el overbooking.

Además de estos efectos, se halla la degeneración de los servicios hoteleros realizada para paliar el fenómeno que estamos estudiando. La habilitación de anexos de condiciones inferiores a la del hotel es un claro exponente. La existencia de un mayor número de camas en algunas habitaciones en las que no está permitido, o las frecuentes molestias para los clientes con los continuos cambios de habitación y hasta de hotel, también confirman este aspecto.

En otros casos, es la mano de obra la que paga la factura, teniendo que alojarse en condiciones infra-aceptables, para dejar libres sus alojamientos habituales que serán usados como unas plazas más del establecimiento.

En tercer lugar, y creemos que con la mayor importancia, están los efectos del overbooking sobre el precio hotelero. En definitiva, este no es si no un incremento de la oferta dispuesta a contratar que acude al mercado, aunque la real no varíe.

Este aspecto que reviste el overbooking no ha sido tenido en consideración al analizar la degeneración de los precios en las hostelerías y, sin embargo, su influencia a través de las leyes económicas de oferta y demanda es destacada. Anteriormente, se ha cifrado entre el 8 y el 15 por 100 de las plazas la cuantía del overbooking encubierto que mantienen los hoteles mallorquines, lo que viene a suponer que la oferta se amplía en esos márgenes. Innecesario es decir la clase de reacción que un aumento de la oferta produce sobre el precio.

Debe tenerse presente, igualmente, que una zona —como la examinada— donde los viajeros llegan en la mayor proporción a través de agencias, la posición de demanda de estas es de oligopolio o muy

próximas, lo que incrementa su influencia en la fijación de los precios, más ante una oferta minifundida y excesivamente parcelada.

Su desarrollo.

Como quedó anteriormente dicho, el análisis de la periodicidad con que se viene dando en los últimos años, muestra que corresponde a un ciclo bienal, lo cual queda justificado en cierto modo por esa apreciación psicológica expresada de que su aparición en una temporada hace más cautelosa la actuación en la siguiente, por parte, tanto de hoteleros como de agentes de viajes. La explicación es, desde luego, convincente, pero quizá una observación de la evolución de ciertas magnitudes contribuya a aportar datos sobre el particular.

¿Existe algún modo de descubrir, al contemplar unas estadísticas de movimientos de viajeros, cuáles han sido las situaciones propicias para la aplicación de overbooking?

Cualquier respuesta sería aventurada. Son una serie de elementos los que, como hemos visto, juegan al unísono, no pudiéndose dar soluciones universales y categóricas sin riesgo a un grave error, pero parece lógico el razonamiento siguiente:

La existencia de overbooking se manifestará aparente al repercutir sobre la ocupación media, que aumentará como consecuencia de la utilización completa de los servicios de alojamiento en los períodos en que aquél se produzca.

Tal ocupación, en días, queda obtenida al dividir las estancias producidas por los turistas entre las plazas hoteleras ofrecidas, y en porcentajes, si se considera la totalidad —el centenar— a los 365 de que consta cada año, para lo que basta multiplicar la ocupación en primer lugar hallada por el coeficiente $100/365$.

Un crecimiento a largo plazo, no implica más que se mejora la rentabilidad del sector vía ocupación que puede significar, por ejemplo, una disminución de la estacionalidad; sin embargo, es evidente que, en los momentos en que se produzca el fenómeno que analizamos, los recursos inactivos serán menores, pues precisamente se estará

esperando que se desaloje una plaza para cubrirla rápidamente, por lo que la tasa de ocupación aumentará, si bien en pequeñas cuantías, porque las situaciones producidas a lo sumo en veinte días, difícilmente serán capaces de alterar sobremanera el resultante del conjunto de los 365 días.

En este orden de cosas, es preciso discriminar a favor de las estadísticas más concretas e individualizadas y en contra de las aglutinadoras de un mayor espacio temporal o físico.

En el aspecto temporal puede darse el caso de que el overbooking sólo se produzca un día en todo el año, pero afectando a un gran número de plazas. La cuantificación anual o incluso mensual, lo desvirtuaría prácticamente por completo, y tan sólo unas estadísticas que expusieran las variaciones día a día lo pondrían de manifiesto. Y, no obstante, si esos turistas afectados no lograron encontrar otro alojamiento, los efectos señalados —sobre todo los propagandísticos— no tardarían en presentarse.

Algo muy similar ocurre en cuanto a su localización. Es evidente que en un amplio —en extensión y sobre todo en número de plazas— espacio geográfico, por ejemplo el nacional, quedan compensadas las ocupaciones habidas en unos y otros lugares, teniendo su agregación hacia una medida normalmente uniforme, pero a medida que se vaya reduciendo el campo de observación a la provincia o al municipio, el análisis cobra asimismo un cariz más realista, alcanzando su máximo en el estudio de establecimientos concretos, donde los acuerdos tomados para obtener soluciones de urgencia y colocar a los turistas afectados, quedan en evidencia.

Así pues, parece que puede concluirse afirmando que la tasa de ocupación refleja las situaciones de overbooking, en tanto en cuanto estén afectas a un universo más reducido, siendo dudosa su utilidad a este menester, conforme vaya ampliando sus horizontes.

Con frecuencia viene a ocurrir esto en los órdenes empresarial y oficial, donde datos que para la Administración Pública son de indudable validez, pierden totalmente su valor al ser enjuiciados con prisma microeconómicos, del mismo modo que, situaciones realmente preocupadoras en el ámbito empresarial privado, no llegan a ser conocidas en los estamentos oficiales, al enmascarse por la aglutinación de datos de muy dispar procedencia.

No obstante, para el caso que estudiamos y su incidencia en Mallorca, si bien existen datos suficientes como para poder concretar más el análisis, vamos a considerar períodos anuales; y dado que fue en los años 1965, 1967 y 1969 cuando se manifestó overbooking no encubierto, reflejaremos la serie de los últimos seis años.

Los datos utilizados en estos cuadros, han sido extraídos de las publicaciones anuales *El Turismo en Baleares*, de la Delegación Provincial del Ministerio de Información y Turismo, correspondiendo las relaciones expresadas en las cuartas columnas de cada cuadro, a los cocientes resultantes de dividir la segunda entre las terceras columnas en cada caso.

En el cuadro número 1, y en su expresión gráfica figura 1, se observa como esa periodicidad cíclica —de máximos, precisamente, en los años impares— se rompe en el caso de 1969. Pero es claro que en el citado año en Baleares, se dio un everbooking que, precisamente en páginas anteriores, se ha comentado.

Surge así la necesidad de estudiar el cuadro número 2, en el que se aprecia al igual que en la figura 2, como igualmente los años 1965 y 1967 sufren máximas, mientras que 1969 permanece estacionado con respecto al año anterior.

La explicación la dan, no obstante, los cuadros números 3 y 4, donde islas con una participación muy inferior —13 por 100 Ibiza y 2 por 100 Menorca— sobre el total de turistas llegados al Archipiélago Balear, presentan en el último año expresado, un aumento muy considerable con respecto al anterior, con una subida de 22 puntos en el primer caso y del doble en el segundo.

CUADRO 1

MALLORCA

Años	Estancias causadas en establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Ocupación, en días, de la plaza
1969	17.715.192	107.429	164
1968	15.956.451	93.752	170
1967	14.245.827	80.393	174
1966	11.862.391	71.539	165
1965	9.752.310	58.407	167
1964	8.067.475	49.548	162

CUADRO 2

BALEARES

Años	Estancias causadas en establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Ocupación, en días, de la plaza
1969	21.410.629	132.817	161
1968	18.118.851	111.493	161
1967	16.100.042	93.128	172
1966	13.356.137	82.829	161
1965	10.142.296	67.589	169
1964	9.211.592	57.329	160

CUADRO 3

IBIZA

Años	Estancias causadas en establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Ocupación, en días, de la plaza
1969	3.144.677	21.284	147
1968	1.830.623	14.613	125

CUADRO 4

MENORCA

Años	Estancias causadas en establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Ocupación, en días, de la plaza
1969	441.715	3.040	145
1968	235.262	2.323	101

Faltan los datos de 1970 al escribirse estas líneas, pero parece que, en esta ocasión, no se ha dado la sobrecontratación. Lo cual, por otra parte, guarda correlación con el ya estimado, provisionalmente, superior incremento de las plazas al registrado por estancias de viajeros en hoteles.

Otro razonamiento que puede seguirse es el de considerar que, en realidad, por su propia naturaleza, el overbooking lo que supone es una mayor proporción de viajeros llegados a los hoteles por plaza y que, en consecuencia, será esta relación la que en mayor medida podrá descubrir la existencia de una sobrecontratación.

También aquí tiene validez todo lo dicho respecto al universo censado: su mayor amplitud diluirá los resultados, pero, no obstante, va-

mos a continuar refiriéndonos a las mismas estadísticas ya citadas. En los cuadros del 5 al 8 puede verse la evolución del número de viajeros llegados a establecimientos hoteleros, de plazas ofrecidas en la hostelería y el cociente entre ambos.

CUADRO 5

MALLORCA

Años	Viajeros llegados a establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Viajeros llegados por cada plaza
1969	1.625.036	107.429	15,1
1968	1.411.836	93.752	15,0
1967	1.241.042	80.393	15,4
1966	1.099.659	71.539	15,3
1965	960.458	58.407	16,4
1964	648.588	49.548	13,0

CUADRO 6

BALEARES

Años	Viajeros llegados a establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Viajeros llegados por cada plaza
1969	1.935.132	132.817	14,6
1968	1.609.615	111.493	14,4
1967	1.402.160	93.128	15,0
1966	1.237.967	82.829	14,9
1965	1.080.826	67.589	15,8
1964	848.705	57.329	14,8

CUADRO 7

IBIZA

Años	Viajeros llegados a establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Viajeros llegados por cada plaza
1969	263.604	21.284	12,3
1968	161.675	14.613	11,0

CUADRO 8

MENORCA

Años	Viajeros llegados a establecimientos hoteleros	Plazas existentes en establecimientos hoteleros	Viajeros llegados por cada plaza
1969	39.259	3.040	12,9
1968	29.579	2.323	12,7

CUADRO 9
EVOLUCION DE LA ESTANCIA MEDIA EN BALEARES

Años	Número de estancias	Viajeros alojados	Estancia media
1950	610.500	98.081	6,2
1951	840.650	127.898	6,6
1952	873.920	134.184	6,5
1953	835.524	132.453	6,3
1954	1.008.494	134.786	7,4
1955	1.521.751	188.704	8,0
1956	1.965.867	272.253	8,8
1957	2.440.949	276.255	8,8
1958	2.743.709	308.609	8,8
1959	2.847.590	321.222	8,8
1960	3.776.525	400.029	9,4
1961	4.650.507	516.723	9,0
1962	5.765.047	542.114	10,6
1963	7.068.271	677.203	10,4
1965	11.232.296	1.080.826	10,3
1966	13.356.138	1.237.967	10,7
1967	16.100.042	1.402.160	11,4
1968	18.118.851	1.609.615	11,2
1969	21.410.629	1.935.132	11,1

Ya el cuadro 5, y con él la figura 3, muestran que existen máximos en los años impares, y aquí no es excepción, ni siquiera Mallorca en el año 1969, cuyo comportamiento para el caso de la ocupación veíamos que era irregular.

También en el cuadro 6 y en la figura 4 la correlación entre los resultados obtenidos y la hipótesis de partida es mayor que en el primer supuesto e, incluso, el último máximo relativo alcanza una diferencia con respecto al año anterior, debido a la incorporación de un movimiento favorable en el mismo sentido en las islas Ibiza y Menorca, tal como reseñan los cuadros 7 y 8.

Igual que se decía anteriormente, tampoco aquí han podido incorporarse los datos relativos a 1970, pero las estimaciones provisionales hablan de un superior aumento de plazas al de viajeros, por lo que parece claro que la falta de «overbooking» en el citado año se corresponde con la continuidad cíclica aludida desde el primer momento.

¿Implica todo esto que en el año 1971 se repitan los acontecimientos de 1969, 1967 ó 1965? En principio, y considerando las múltiples variables, «caeteris paribus», sí. Y pensemos, para justificar esta respuesta, que el año precedente no ha sido precisamente de excesiva alegría y expansión en los negocios en España, antes bien, ha sido un año de

estabilización, lo cual lleva a hacer sospechar que el incremento de nuevas plazas no será en el presente tan espectacular como en el anterior, y que las inauguraciones habrán cedido en su ritmo. Al mismo tiempo, los hoteleros (y los agentes) querrán mejorar la cifra de negocios del período precedente, lo que quizá les lleve a una sobrecontratación de cobertura.

Pero bien claro queda dicho que «caeteris paribus». Lo normal, lo lógico, es que la experiencia adquirida en los últimos años, estimule a la aplicación de alguna de las medidas que se señalan en la conclusión de este artículo, o de cualquier otro que tiendan al mantenimiento de la contratación dentro de sus márgenes legales.

La comparación entre las figuras 1 y 2 con las figuras 3 y 4 da, como nota curiosa, la evolución creciente de la resultante de las primeras, y decreciente de la resultante de las segundas. Profundizando algo más se comprueba que no es tal coincidencia, sino que guarda estrecha relación con la evolución, de carácter estructural, de incremento a largo plazo de la estancia media.

En efecto:

$$\frac{\text{Estancias}}{\text{Plazas}} : \frac{\text{Viajeros}}{\text{Plazas}} = \frac{\text{Estancias}}{\text{Viajeros}}$$

o lo que es lo mismo: Estancia Media.

Su evolución queda reflejada en el cuadro número 9 y, gráficamente, en la figura número 5, donde se puede comprobar ese signo creciente a largo plazo, lo que no es óbice para que se presenten ligeras fluctuaciones de unos años a otros. En este sentido, es preciso tomar en consideración la notable modificación surgida en la motivación y estructura del turismo en estos veinte años, donde junto a una masificación de la corriente viajera (que ha multiplicado por 19 el volumen de 1950) se ha producido un alargamiento en las vacaciones laborales, una reducción de los tiempos invertidos en los transportes, un abaratamiento de los mismos y, sobre todo, en el caso que nos ocupa, la incorporación decisiva de la agencia de viajes, programando no ya viajes aislados, sino organizando y promocionando estancias standard de quince días. La mayor estancia media de Baleares con respecto al conjunto nacional es precisamente ahí, en la agencia de viajes, donde hay que buscarla, aunque el hecho de no admitir un turismo itinerante, de cortas estancias, no deje de revestir importancia.



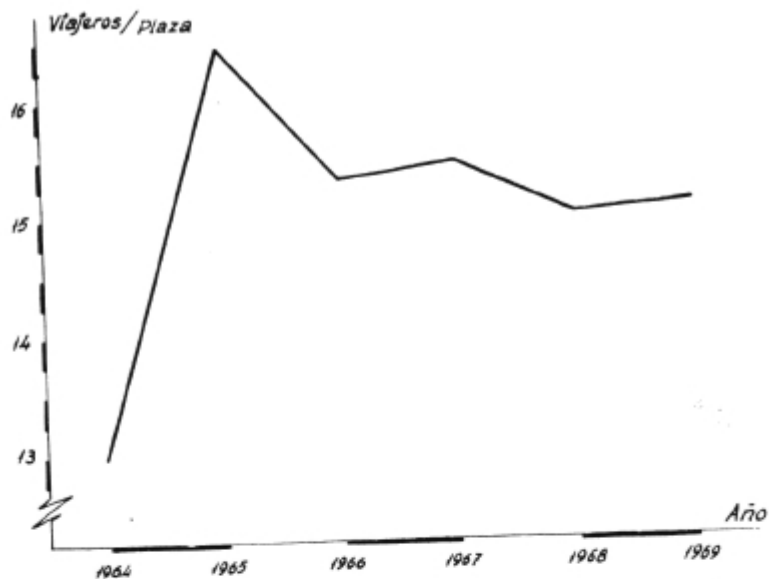
Evolución de la ocupación media anual de los hoteles en Mallorca

Figura 1



Evolución de la ocupación media anual de los hoteles en Baleares

Figura 2



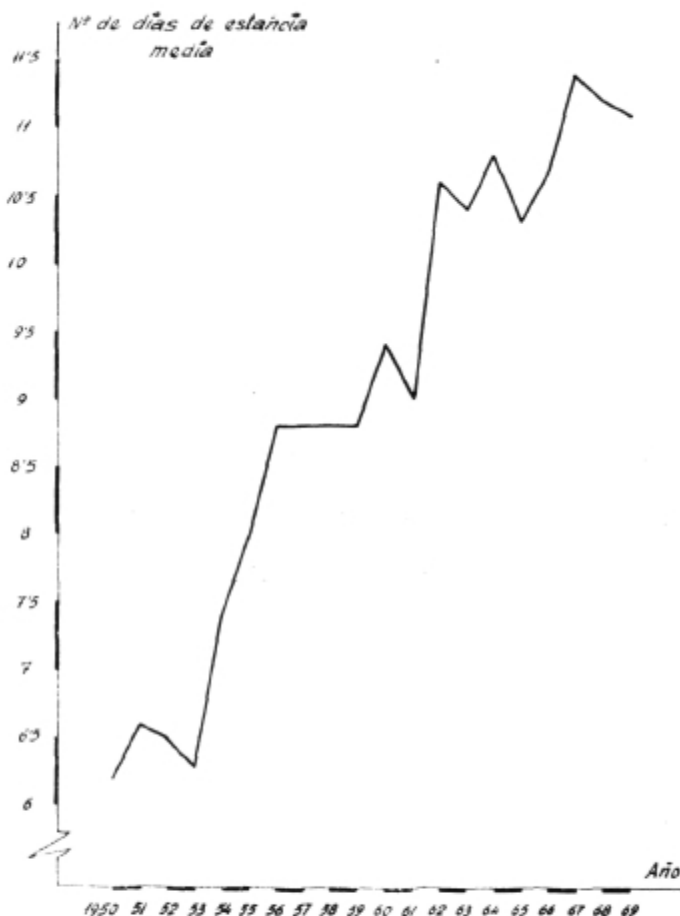
Evolución de la relación anual viajeros/plaza en Mallorca

Figura 3



Evolución de la relación anual viajeros/plaza en Baleares

Figura 4



Evolución de la estancia media por viajero - alojado en establecimientos hoteleros de Baleares

Figura 5

Antes de concluir, existe un punto que quizá pudiera revestir interés en cuanto a justificación del «overbooking» creado por la agencia de viajes, en el plano psicológico en el que nos estamos moviendo en tantos párrafos de este artículo. ¿Es coincidencia que los años en los que el «overbooking» aparece se da asimismo un menor incremento de plazas que en el inmediatamente precedente? 1969 se incrementó en un 14 por 100 con respecto al año anterior, mientras que éste había experimentado en un 16 por 100. Crecimiento de 11 por 100 en 1967 frente a otro del 22 por 100 en 1966, y por último, crecimiento del 18 por 100 en 1965, cuando el año anterior había experimentado un impulso que supuso el 28 por 100 más del precedente. Como preguntamos, bien puede ser tan sólo una coincidencia, pero que explicaría ampliamente las suposiciones, por parte de algunos sectores, de que el crecimiento del año anterior iba a proseguirse, o también, de que algunas inauguraciones que se proyectaban para una determinada fecha, tuvieron que ser demoradas hasta fechas imprevistas.

MEDIDAS A ADOPTAR

Tras todo lo visto hasta el momento, parece claro que existen suficientes circunstancias como para suponer que la pálida intervención oficial en el problema abonaría el terreno para que el «overbooking» se manifestara, con grave perjuicio para todos: demandantes a corto plazo y oferentes a largo.

Pero en este sentido, la solución podemos considerarla próxima, pues el fenómeno ha sido detectado, se han señalado con bastante fiabilidad un cúmulo de causas y se conocen sobradamente sus nefastos efectos; es más, se pueden prever los hechos que alientan la aparición y desarrollo del «overbooking».

Pero, al mismo tiempo, y precisamente por todo ello, se pueden esbozar un conjunto de actitudes que lleven tanto a su represión coyuntural como a la eliminación, a largo plazo, de los problemas latentes que, en realidad, son el campo de cultivo en el que se incuban. En nuestro país, la Administración tiene facultades y poderes suficientes como para intervenir, como ya en otras ocasiones hizo, y atajar el mal hasta su exterminio.

Será preciso, no obstante, una actuación constante y, sobre todo, premeditada, en la que quizá algunos caballos de batalla sean los siguientes:

1. Coyunturales.—Previsión del «overbooking» obligando a hoteleros y agentes a contratar según un modelo-tipo en español y firmado por personas con capacidad legal para ello, en el que figuren el número de plazas contratadas y la distribución fechada de las mismas, a fin de permitir una revisión previa de la Delegación —a la que deberá enviarse copia— a principios de año y antes de comienzo de la temporada turística. Del mismo modo, comprobación de las plazas contratadas por las Agencias con las Compañías de vuelos «Charter», encaminadas al mismo fin.

Sanción económica, y aun jurídica, a los causantes del «overbooking» práctica que ya se viene realizando y cuya elasticidad debe incrementarse.

2. Institucionales.—Reforma de la Reglamentación sobre el contrato de viaje con objeto de obligar económicamente a las agencias a cumplir lo pactado y resarcir a los hoteleros de los perjuicios causados en su incumplimiento. La reglamentación actual sólo obliga a estos últimos.

El plazo de veintiún días para a anulación de reservas es extremadamente exiguo en centros altamente estacionales y donde, prácticamente, el hotel sólo trabaja con agencias, contratando antes del inicio de la temporada. Es obvio que tal plazo debe ser ampliado.

3. Estructurales.—En otros lugares se habla de las causas, efectos y formas de represión de la estacionalidad y de la falta de autonomía financiera de las Empresas hoteleras, causas manifiestas del «overbooking», pero puede repetirse aquí que es necesario intentar una mutación de la estructura del mercado. En este sentido el fenómeno del «overbooking» se manifiesta en íntima conexión con el de la financiación hotelera por las agencias de viajes.

Medidas de este tipo podrían ser la obligación de exigir unos precios mínimos del mismo modo que se vigilan con rigor los máximos. A la par, estudiar un sistema de fijación de precios del que éstos resultasen variables a lo largo del año, con el imperativo de respetarlos.

Dicho sistema podría ser compatible con la existencia —al igual que en la actualidad— de unos máximos y mínimos entre los que el hotelero pudiese desenvolver libremente su política empresarial. Sería más que conveniente, necesario que el estudio de este sistema y la fijación de los topes de precios de obligado respeto fuese diferencial para cada zona y atendiese a su tipología y características.

En este sentido, pensamos que su tratamiento específico y no uniforme para todo el país, y con la intervención de los implicados en la actividad turística de la zona —hoteleros, agencias, Delegaciones Provinciales del Ministerio de Información y Turismo, Sindicatos, entidades para el fomento del turismo, asociaciones, etc.— en la determinación de estos aspectos de la política turística a la que tendrán que servir, sería del mayor beneficio y contribuiría a ir solidificando todos los logros derivados del audaz crecimiento de los últimos años.

Asimismo, nos iniciaríamos con ello en una nueva etapa de mayor explotación de nuestros recursos turísticos a través de su catalogación y diferenciación.

Se podría, de esta manera, vender con suma facilidad desde el turismo más caro y rentable unitariamente, hasta la variada gama de posibilidades que puede ofrecer nuestro empresariado y geografía turísticos.

R E S U M E

PEDRO DE EUSEBIO RIVAS et JORGE CASAMAYOR LAGARDA. *L'Overbooking a Majorque.*

L'apparition de déterminés —mais réduits— cas d'overbooking pendant quelques saisons à Majorque, a obligé à mettre une note d'attention sur ce phénomène.

Malgré que le volumen de son développement a pu passer inaperçu, ses effets et usages de propagande à l'extérieur ont pris le versant contraire, en grossissant et exagérant sa réalité. Cependant, ceci a été suffisant pour une prise de conscience et animer à son analyse objective et sérieuse.

L'article précédent est la continuation de celui paru au núm. 27 de cette Revue sous le titre «L'Agence de Voyages en Espagne et sa problématique actuelle à Majorque» et, est aussi basé dans une étude réalisée par ses auteurs sous les auspices de l'Institut d'Etudes Touristiques.

On examine ici, la périodicité biennale qu'elle semble montrer, ses causes —de la double perspective hôtel et agence de voyages— ses effets psychologiques, de propagande et économiques, la forme de son déroulement et les possibles relations conjoncturelles et structurales avec d'autres aspects du tourisme à Majorque, pour terminer avec une ébauche des mesures de possible application.

S U M M A R Y

PEDRO DE EUSEBIO RIVAS Y JORGE CASAMAYOR LAGARDA: *The overbooking in Mallorca.*

The apparition of specific —though reduced— cases of overbooking along some touristic seasons in Mallorca, has made it necessary to focus our attention on this phenomenon.

The real importance of them as volume is concerned was not great but as it happened the outcome and the publicity they were given abroad caused the contrary effect increasing as well as overstating the facts. Nevertheless this deserves an study; a serious and objective analysis.

The preceding article continues the one which appeared in the 27 th issue of this review under the title «The Travel Agency in Spain and its present problematic in Mallorca» and the same as the above referred this is based on the study accomplished under the patronage of the Institute for Tourism Research.

An exam is made of the biennial recurrence which seems to point out; of its causes —from the double point of view of hotel and travel agency—, its psychological effects from the angle of the economical and, publicitary consequences, the way that it happened and at the same time the possible connections both conjuncturel and of organisation with other aspects shown by tourism in Mallorca, ending with an outline of the steps or measures which could be taken to this respect.

ZUSAMMENFASSUNG

PEDRO DE EUSEBIO RIVAS Y JORGE CASAMAYOR LAGARDA: *Das Overbooking in Mallorca.*

Die Erscheinung bestimmter, wenn auch geringer, Fälle von «Overbooking» während einigen Saisons in Mallorca hat dazu bewegt, die Aufmerksamkeit auf dieses Phänomen zu lenken.

Obschon der Umfang, mit dem er sich entwickelt hat, fast unbeachtet geblieben ist, seine Wirkungen und Ausbreitung im Ausland schlugen ins Gegenteil über, vergrössend und übertreibend die Wirklichkeit. Trotz und alledem war das genug, um die objektive und ernste Analyse zu ermutigen und ins Bewusstsein zurückzurufen.

Die gegenwärtige Arbeit wird als eine Fortsetzung der schon erschienenen in dieser Zeitschrift (n. 27) unter dem Titel «Das Reisebüro in Spanien und seine gegenwärtige Problematik in Mallorca» betrachtet. Wie damals, baut sich diese Arbeit auf ein ausgeführtes Studium von den Verfassern unter dem Schutz des Instituto de Estudios Turísticos.

Hier wird auch eine Analyse von der zweijährigen periodischen Wiederholung, von den Ursachen seit dem doppelten Gesichtspunkt: Hotel und Reisebüro—, von seinen psychologischen, ausbreitenden und wirtschaftlichen Wirkungen ausgeführt. Auch werden die Form seiner Entwicklung und die möglichen konjunkturrellen und strukturellen Beziehungen mit anderen Anblicken des Fremdenverkehrs in Mallorca analysiert. Zuletzt werden die Massnahmen für seine möglichen Verwendung angedeutet.