

Precios hoteleros: ¿existen diferencias entre países emisores?

Josep María Espinet Rius*

Modest Fluviá Font**

Ricard Rigall Torrent***

El objetivo de este artículo es analizar si existen diferencias de precios entre países por contratar el mismo establecimiento hotelero. Los resultados obtenidos muestran diferencias importantes, que pueden llegar al 44 por 100. El perfil estacional de la demanda influye muy claramente en el diferencial de precios, al contrario del poder adquisitivo, que no parece afectar a los precios finales.

Palabras clave: demanda turística, oferta turística, industria hotelera, precios, comercialización, operadores turísticos.

Clasificación JEL: D40, L11, L83, M21.



COLABORACIONES

1. Introducción

El objetivo de este artículo es analizar si existen diferencias de precios entre países por contratar el mismo establecimiento hotelero. El estudio se realiza a nivel global, por categorías y por fechas.

La comercialización hotelera del segmento de «sol y playa» se realiza básicamente a través de dos canales: operador turístico y contratación directa. Ello implica en algunos casos diferentes estrategias de marketing, entre ellas, de precios. La evidencia empírica muestra que los clientes pagan precios significativamente diferentes según el canal que se utilice, sobre todo en las fechas de menor demanda (Espineta *et al*, 2002).

El análisis de las diferencias de precios entre países de este artículo se calcula a partir de los catálogos que publican los operadores turísticos. Cuando se realiza una contratación directa no tiene sentido hablar de discriminación de precios entre países, al menos aparentemente, pues los hoteles suelen fijar una misma tarifa, a menudo diferente según las fechas, pero no es habitual solicitar la nacionalidad del futuro huésped. Asimismo, tampoco es habitual que los establecimientos que facilitan la contratación a través de su página web discriminen según el origen turista.

2. Datos y metodología

2.1. Datos

El estudio analiza operadores de los principales países emisores de turismo para España. En concreto, de España, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Bélgi-

* Profesor asociado del Departamento de Economía. Universidad de Girona.

** Catedrático de Fundamentos Económicos del Análisis Económico de la Universidad de Girona.

*** Becario de la *London School of Economics*.

CUADRO 1 HOTELES Y TUOPERADORES ANALIZADOS POR PAÍS			
País	Hoteles	TTOO	Turoperador
Alemania	879	18	12FLY (21); ADAC (11); ALLTOURS (220); BFR (90); DER (44), GLAUCH REISEN (14); ITS (159); JAHN REISEN (179); LTU PLUS (158); NECKERMANN (400); NECKERMANN YOUNG & SPORTS (8); SCHAUINSLAND (84); SUNSHINE BUS (25); TJAEREBORG (130); TOURING (17); TUI (281); TUSCULUM-REISEN (22); WALZ-REISEN (7)
Bélgica	97	2	INTERCOMFORT-SKIWORLD (32); JETAIR (76)
España	1.152	11	CORTE INGLES (482); DESTINOS HALCON (64); EUROPLAYAS (157); IBEROJET (259); MARESOL (480); MUNDICOLOR (310); RHODASOL (381); SOLTOUR (188); TRAVELPLAN (165); TURAVIA (120); VIVATOURS (315)
Francia	203	4	FRAM (60); HAVAS (76); IBERICA (77); LAGRANGE (26); NOUVELLES FRONTIÈRES (13)
Holanda	112	4	BOOSTEN (38); LAWERS (10); OAD REIZEN (42); SUNAIR (39)
Irlanda	7	1	AIRTOURS IRLANDA (7)
Italia	256	2	COLUMBUS (84); BRIXIAVIAGGI (185)
Lituania	13	1	NOVATURAS (13)
Portugal	270	1	SGV (270)
Reino Unido	395	5	AIRTOURS (124); FIRST CHOICE (80); JMC (191); THOMSON (142); UNIJET (88)
Suiza	74	2	EUROBUS (24); MARTI (55)

Nota: Entre paréntesis el número de hoteles analizados de cada catálogo.
Fuente: *Elaboración propia.*



COLABORACIONES

ca, Países Bajos, Suiza, Portugal, Irlanda y Lituania, que representan el 90 por 100 de las pernoctaciones (1) (el Cuadro 1 muestra el número de hoteles y operadores analizados por país). Se han recogido más de 50 catálogos (Cuadro 1) con el objetivo de dar una mayor representatividad, y de acuerdo a los siguientes criterios:

- *Representatividad de los operadores turísticos.* Se analizan hoteles de los principales grupos turísticos, *Preussag, Thomas Cook, My Travel, Rewe Touristik* y *First Choice*. Asimismo, se incluyen operadores de menor tamaño y los tradicionales «auto-caristas» en las zonas costeras en las que se puede llegar en transporte terrestre.

- *Operadores turísticos con estrategias diferenciadas,* tales como precio (12Fly), estrategias de producto (los operadores españoles son los que ofrecen más hoteles en comparación con el resto, a pesar

de no estar entre los más importantes a nivel europeo), segmentación (por ejemplo, *Neckermann Young & Sport* se dirige a gente joven) o especialización geográfica (*Iberica* es un operador francés especializado en España), entre otros.

Se analizan 1.442 hoteles de 1 a 4 estrellas, en régimen alimenticio de media pensión —el mayoritario— del segmento de «sol y playa», que representan más del 70 por 100 de la oferta de camas de las áreas geográficas objeto de estudio. Las zonas analizadas son: Costa Brava, Costa del Maresme, Costa Dorada, Costa Blanca, Costa del Sol, Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera, Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura.

Se han recogido precios de una semana (7 noches) de cada mes de la temporada turística (de mayo a octubre) del año 2002, lo que permitirá a la vez identificar las diferencias intertemporales (2).

(1) El estudio no incluye operadores de Dinamarca, Noruega y Suecia, ya que representan un porcentaje muy bajo de las pernoctaciones y los catálogos obtenidos ofrecían muy pocos hoteles.

(2) Obviamente, se trata de precios sólo del alojamiento, sin incluir el transporte.

En concreto, las fechas analizadas son:

- 11 al 18 de mayo
- 22 al 29 de junio
- 6 al 13 de julio
- 3 al 10 de agosto
- 7 al 14 de septiembre
- 12 al 19 de octubre

El número de precios semanales introducidos es de 39.803. El estudio recoge las ofertas publicadas en algunos hoteles para las fechas seleccionadas (a menudo 7 noches al precio de 6), pero no los descuentos por contratación anticipada o por llegar a un importe mínimo.

Los precios publicados de los catálogos estaban en euros en la mayoría de casos —lo que facilita la comparación de datos—, excepto Reino Unido, Lituania y Suiza. En estos países se ha establecido como tipo de conversión al euro el tipo de cambio del día 31 de octubre de 2001, ya que los precios se suelen fijar el año anterior. Cabe destacar la elevada estabilidad cambiaria del euro respecto de la libra esterlina, lita lituana y franco suizo, en las fechas objeto de análisis.

2.2. Metodología

Para obtener los resultados se ha hecho uso de técnicas estadísticas de análisis multivariante. En concreto, se ha elaborado un modelo del análisis de la varianza, incluyendo como variables el precio, el hotel, la fecha y el país del catálogo analizado. El modelo de la varianza también se ha desarrollado para cada una de las fechas y por categorías para profundizar en el análisis. De otro lado, los resultados obtenidos aquí son similares a los obtenidos utilizando técnicas de regresión hedónicas con variables ficticias.

3. Resultados

Las diferencias de precios entre países se presentan en términos globales, por fechas y categorías. Asimismo se comparan las diferencias entre países corrigiendo por el nivel de ingresos per cápita de sus ciudadanos.

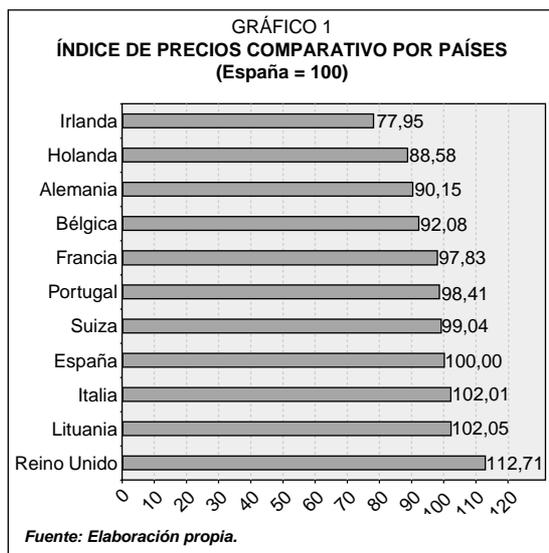
Según los catálogos analizados y los precios publicados en ellos, Reino Unido es el país que cobra más por un mismo alojamiento, mientras que Irlanda y Holanda son los más baratos (Gráfico 1). En término medio, un turista irlandés paga un 22 por 100 menos que un español (3), un holandés un 11 por 100, un alemán un 10 por 100 y un belga un 8 por 100. Por la banda alta, Reino Unido es en término medio un 13 por 100 más caro que España. El resto de países presenta reducidas diferencias en relación a España (+/-2 por 100), tratándose a la vez de países cercanos: Portugal (98,41), Francia (97,83), Italia (102,01) y Suiza (99,04). Asimismo, se observa que los tres países centroeuropeos (Alemania, Bélgica y Holanda), se sitúan a gran distancia de los anteriores, pero con reducidas diferencias entre ellos (índices 90,15; 92,08 y 88,58 respectivamente).

El índice elevado del Reino Unido merece una especial atención. Parte de este alto índice puede explicarse por las estrategias de algunos operadores (por ejemplo, *Airtours* —uno de los operadores más importantes— indica claramente la posibilidad de descuentos de hasta el 25 por 100 si el cliente contrata en algunas agencias recomendadas y bajo ciertas condiciones como, por ejemplo, un gasto mínimo. Sin incluir *Airtours*, el índice de precios sería de 108,21). Asimismo, el hecho de disponer de una moneda

(3) Cabe señalar que se trata sólo de 7 hoteles, por lo que la representatividad es reducida.



COLABORACIONES



diferente, puede suponer aplicar unos suplementos para cubrir los riesgos de inestabilidad del tipo de cambio.

Del análisis de resultados también se desprende que en términos generales un turista puede ahorrarse hasta un 44 por 100 según el país en el que contrate (un 15 por 100 si se eliminan los valores extremos).



COLABORACIONES

3.1. Análisis por categorías

Los resultados por categorías se muestran en el Cuadro 2 y la posición relativa de cada uno de los destinos en el Cuadro 3. Se observa en general que las diferencias de precio entre países se mantienen bastante estables por categorías, tanto a nivel absoluto como en términos ordinales (las diferencias mayores se dan en la categoría de 3 estrellas). Por lo que respecta a las diferencias en *ranking*, España presenta las mayores fluctuaciones (se sitúa en quinto, tercer y cuarto lugar para las categorías de 2, 3 y 4 estrellas respectivamente).

3.2. Análisis por fechas

Los resultados por fechas se muestran en el Cuadro 4 y la posición relativa de

CUADRO 2
ÍNDICES DE PRECIOS: COMPARATIVO ENTRE PAÍSES
POR CATEGORÍAS

Origen	Global	2 estrellas	3 estrellas	4 estrellas
Alemania.....	90,15	90,12	89,13	91,39
Bélgica.....	92,08	91,18	92,11	87,14
España.....	100,00	100,00	100,00	100,00
Francia.....	97,83	96,04	97,23	98,62
Holanda.....	88,58	85,46	87,57	88,48
Irlanda.....	77,95		69,21	84,61
Italia.....	102,01	107,25	101,03	103,19
Lituania.....	102,05		97,41	107,16
Portugal.....	98,41	100,41	97,19	99,59
Reino Unido...	112,71	116,31	112,61	111,71
Suiza.....	99,04	102,89	97,60	101,28
R ²	0,84	0,84	0,79	0,80
Desviación.....	9,03	9,47	10,75	8,64

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3 (4)
POSICIÓN RELATIVA DE LOS ORÍGENES, POR CATEGORÍAS
(De más caro a más barato)

Origen	Global	2 estrellas	3 estrellas	4 estrellas	Desviac. Ranking
Reino Unido...	1	1	1	1	0
Italia.....	2	2	2	2	0
España.....	3	5	3	4	3
Suiza.....	4	3	4	3	2
Portugal.....	5	4	6	5	2
Francia.....	6	6	5	6	1
Bélgica.....	7	7	7	9	2
Alemania.....	8	8	8	7	1
Holanda.....	9	9	9	8	1

Fuente: Elaboración propia.

cada uno de los destinos en el Cuadro 5. Las diferencias de precios entre países son mayores en las fechas de máxima ocupación. Reino Unido se sitúa siempre entre los orígenes más caros, mientras que Holanda e Irlanda siempre están entre los más baratos. En mayo y octubre los turistas que contratan con operadores de Reino Unido, Italia y Suiza son los que pagan más, mientras que los turistas de Holanda e Irlanda son los que pagan menos. En junio, julio y agosto los países más caros son Reino Unido, Italia y España, y los más baratos Alemania, Holanda e Irlanda. En septiembre, Reino Unido, Suiza y España se encuentran entre los más caros, mientras que de nuevo los

(4) No se incluyen Lituania e Irlanda pues el número de hoteles analizados de estas categorías es muy reducido.

CUADRO 4
ÍNDICES DE PRECIOS: COMPARATIVO ENTRE PAÍSES POR MESES
(España = Índice 100)

Origen	Global	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Alemania.....	90,15	93,51	90,71	89,08	85,26	87,72	99,38
Bélgica.....	92,08	93,93	92,21	92,06	90,24	90,34	95,68
España.....	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Francia.....	97,83	100,96	97,26	98,76	95,83	95,62	100,62
Holanda.....	88,58	89,96	89,51	88,44	87,03	85,69	92,59
Irlanda.....	77,95	94,35	88,27	75,62	60,52	70,35	93,49
Italia.....	102,01	102,48	103,91	102,44	103,52	98,05	101,22
Lituania.....	102,05		101,51	96,51	94,46	90,30	
Portugal.....	98,41	100,28	98,90	98,16	96,20	97,99	100,82
Reino Unido.....	112,71	123,91	120,69	117,35	101,49	103,48	118,15
Suiza.....	99,04	102,34	92,39	98,51	95,91	100,75	106,79
R ²	0,84	0,94	0,91	0,89	0,90	0,91	0,93
Desviación.....	9,03	9,40	9,23	10,33	11,85	9,40	7,35

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 5 (5)
POSICIÓN RELATIVA DE LOS ORÍGENES, POR FECHAS
(De más caro a más barato)

Origen	Global	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Desviación Ranking
Reino Unido.....	1	1	1	1	2	1	1	1
Italia.....	2	2	2	2	1	4	3	4
España.....	3	6	3	3	3	3	6	6
Suiza.....	4	3	6	5	5	2	2	9
Portugal.....	5	5	4	6	4	5	4	4
Francia.....	6	4	5	4	6	6	5	6
Bélgica.....	7	8	7	7	7	7	8	2
Alemania.....	8	9	8	8	9	8	7	3
Holanda.....	9	10	9	9	8	9	10	3
Irlanda.....	10	7	10	10	10	10	9	4

Fuente: Elaboración propia.



COLABORACIONES

más baratos son Alemania, Holanda e Irlanda.

La explicación de este comportamiento diferencial radica en el diferente perfil cíclico de la demanda de los diferentes países (Cuadro 6). En concreto, la posición en el *ranking* de precios aumenta en los períodos en que la demanda es relativamente mayor. Por ejemplo, Italia pasa a ser el país más caro en agosto, mes que representa más del 26 por 100 de las pernoctaciones italianas en España (siendo el promedio de agosto del 14,5 por 100).

Es interesante realizar un análisis individual por países, considerando a la vez

el nivel de pernoctaciones de los turistas. El Cuadro 6 muestra como se reparten por meses las pernoctaciones en España de cada una de las nacionalidades analizadas. Estos datos permiten un análisis más detallado por países:

- Los turistas de Reino Unido siempre son los que pagan más (excepto en agosto que son los italianos).
- Los italianos también se encuentran entre los que más pagan, siendo agosto el mes en el que se sitúan a la cabeza (de hecho, alrededor del 26 por 100 de las pernoctaciones de los italianos en España tiene lugar este mes, siendo este porcentaje más del doble del resto de países analizados), y septiembre cuando su precio es relativamente menor (con una afluencia también relativamente menor).

(5) No se incluye Lituania pues no se dispone de precios de los meses de mayo y octubre.

CUADRO 6
 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL ANUAL DE LAS PernoctACIONES

País	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb.	Octubre	Noviemb.	Diciemb.
Alemania.....	4,2	5,0	6,7	7,7	10,5	11,5	11,9	12,1	12,3	10,3	4,4	3,3
Bélgica.....	3,8	4,3	5,4	7,5	9,8	10,7	17,5	14,1	11,1	8,3	4,0	3,4
España.....	4,9	5,6	7,2	8,6	7,7	8,7	11,5	15,3	10,6	8,0	6,2	5,8
Francia.....	2,6	4,1	4,8	10,5	11,7	10,4	12,7	16,6	11,3	9,0	3,6	2,7
Holanda.....	2,9	3,7	4,6	5,9	12,1	11,8	17,1	13,8	12,2	9,5	3,5	3,0
Irlanda.....	3,3	4,0	4,9	6,5	10,2	12,9	14,5	13,9	13,0	10,1	3,6	3,1
Italia.....	5,0	4,6	5,6	7,1	6,4	9,8	12,8	26,5	10,3	5,0	3,2	3,7
Portugal.....	3,4	4,6	6,0	8,6	5,3	9,6	14,1	20,9	12,7	6,1	4,0	4,7
Reino Unido.....	4,0	4,3	5,3	5,3	11,3	12,7	12,9	13,1	12,8	9,9	4,7	3,8
Suiza.....	2,6	3,7	5,8	7,8	9,6	10,9	16,4	11,5	12,8	12,7	3,6	2,6
Promedio.....	4,3	5,0	6,4	7,6	9,4	10,4	12,4	14,5	11,5	8,9	5,1	4,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (web: www.ine.es). Promedio pernoctaciones años 1999-2003.

• España es el tercer país más caro, sin embargo, ocupa la sexta posición en los meses de menor demanda: mayo y octubre. Ello se debe a que el porcentaje de españoles —repartido a lo largo del año— que viaja estos meses es notablemente menor —15,7 por 100— que la mayoría del resto de países analizados —cuya media es del 18,3 por 100—.

• Suiza, que en término medio es el cuarto país más caro, es el origen con mayores diferencias en posición relativa. Así, mientras en las fechas de menor demanda global, ocupan el segundo-tercer lugar, en las fechas de mayor demanda global ocupa el quinto o sexto lugar. Obsérvese que su perfil de afluencia tiene un menor comportamiento cíclico.

• La posición de Portugal es bastante estable, ocupando el quinto lugar en término medio, y oscilando entre el cuarto y el sexto lugar.

• Los turistas franceses se sitúan en la zona media (sexto lugar), y también muestran bastante estabilidad en su posición (entre el cuarto y el sexto lugar).

• Los turistas belgas se encuentran entre los que pagan menos, manteniendo muy estable su posición.

• Alemania, Holanda e Irlanda son los países más baratos, y también mantienen una posición bastante estable.

3.3. Diferencias de precios y nivel de renta

En este apartado se explora la relación existente entre las diferencias de precios entre países y las diferencias de renta y poder adquisitivo. Cabría esperar una relación positiva entre ellos, en el sentido de encontrar mayores precios en los países con mayor poder adquisitivo. Esto es lo que sugeriría una política de discriminación de precios con mercados segmentados por países y con diferentes demandas. El Cuadro 7 contiene esta información. Los índices de renta se han calculado a partir de la paridad de poder compra (OCDE y Comunidad Europea).

Ajustando por el nivel de renta medio de los ciudadanos, se observa que las diferencias entre países son notablemente mayores (la desviación estándar es de 7,27 para el índice de precios absolutos,

 CUADRO 7
 COMPARATIVO ÍNDICE DE PRECIOS ABSOLUTO Y CORREGIDO POR RENTA PER CÁPITA

	Renta per capita	Índice Precios Hoteles	Precio relativo (IPH/R. Cápita)
Alemania.....	121,54	90,15	74,17
Bélgica.....	127,69	92,08	72,11
España.....	100,00	100,00	100,00
Francia.....	122,05	97,83	80,15
Holanda.....	133,85	88,58	66,18
Italia.....	121,54	102,01	83,93
Portugal.....	81,54	98,41	120,70
Reino Unido...	123,59	112,71	91,20
Suiza.....	134,87	99,04	73,43

Fuente: Datos de Renta per capita obtenida de OCDE y Comunidad Europea.

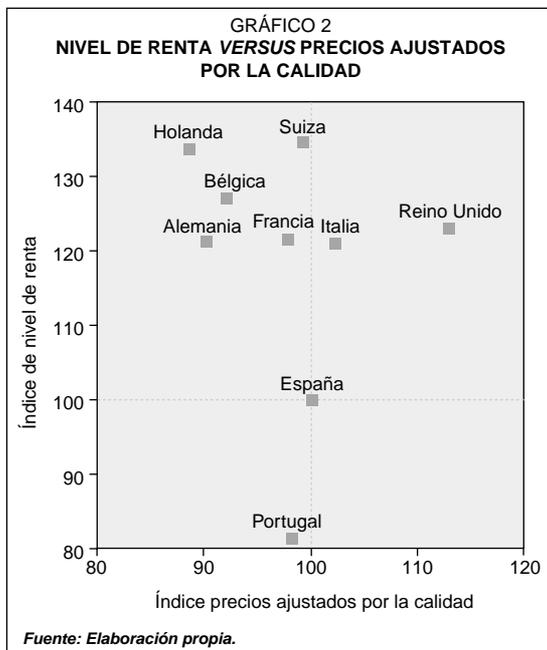


COLABORACIONES

y 17,08 para el índice de precios relativos). La diferencia entre el segundo país más caro y el segundo más barato es del 15 por 100 en términos nominales y corrigiendo por el nivel de renta es del 39 por 100. Ello se debe a que las diferencias de niveles de renta entre países son elevadas y que, a la vez, los precios absolutos no reflejan estas diferencias de renta, como ya se ha comentado.

Una simple inspección visual del Gráfico 2 sugiere que no hay una relación clara entre el índice de precios de los hoteles y el índice de renta *per capita*. No parece, en consecuencia, que las diferencias de precios puedan explicarse por diferencias de renta o poder adquisitivo de los diferentes mercados emisores. Los mercados emisores no parecen suficientemente segmentados para trasladar a precios las diferencias de renta.

El precio ajustado por la renta es mayor en España que en los demás países, con la excepción de Portugal (obsérvese en el Gráfico 2 que, salvo Portugal, los países se sitúan en el área superior delimitada por la bisectriz).



El Cuadro 8 compara la posición relativa de cada origen según se analice en valores absolutos o ajustados por el nivel de ingresos. Portugal es el país que más cambia de posición, pasando a ser el segundo país más caro. Otros países que se encarecen, aunque posicionalmente poco, son: Alemania, España y Francia. Se mantienen en su lugar Holanda. Se abaratan en términos relativos, sobre todo, Suiza, y le siguen Reino Unido, Italia y finalmente Bélgica.

CUADRO 8
POSICIÓN RELATIVA DE LOS PAÍSES
(De más caro a menos)

	I.P.H. (nominal)	I.P.H. corregido por la renta <i>per capita</i>	Diferencia ranking
Reino Unido...	1	3	-2
Italia	2	4	-2
España	3	2	1
Suiza	4	7	-3
Portugal	5	1	4
Francia	6	5	1
Bélgica	7	8	-1
Alemania	8	6	2
Holanda	9	9	0

Fuente: Elaboración propia.



COLABORACIONES

4. Conclusiones

El objetivo de este artículo es analizar si existen diferencias de precios entre países por contratar el mismo establecimiento hotelero. Los resultados muestran diferencias de precios importantes, que llegan a ser del 44 por 100 entre el país más caro (Reino Unido) y el más barato (Irlanda). El análisis por categorías de los establecimientos introduce pocas modificaciones a estos resultados conjuntos, siendo España el país que presenta mayores cambios.

El análisis por fechas muestra que existen algunas diferencias relevantes. Reino Unido se sitúa siempre entre los orígenes más caros, mientras que Holanda y Alemania siempre están entre los más baratos. En general se observa que la posición en el *ranking* de precios de cada país

aumenta (disminuye) en aquellos períodos en que la demanda es relativamente mayor (menor). En este sentido, el perfil de precios de cada país se adapta al perfil estacional de su demanda.

Por el contrario, no hay una relación clara entre el índice de precios de los hoteles y el índice de renta *per capita*. No parece, en consecuencia, que las diferencias de precios puedan explicarse por diferencias de renta o poder adquisitivo de los diferentes mercados emisores.

Bibliografía

1. AECIT (2002): *La actividad turística española en 2001*.
2. EDITUR (2002): «Las mayores empresas del turismo español», Editur, número 2223.
3. ESPINET, J. M^a; SÁEZ, M; COENDERS, G. (2002): «Diferencias de precios en el sector hotelero según el canal de comercialización», *Boletín de Información Comercial Española*, 2724, páginas 19-26.
4. ESPINET, J.M^a; FLUVIÀ, M. i RIGALL, R. (2002): «Estrategias de comercialización de los operadores turísticos», Documento de trabajo de la Universitat de Girona.
5. FVW International (2002): «Europäische Veranstalter 2001», Fvwdokumentation, número 14.
6. URIEL, E.; MONFORT, V.M. (dirs.), FERRI, J.; FERNÁNDEZ DE GUEVARA, J. (2001): *El sector turístico en España*. Caja de Ahorros del Mediterráneo.



COLABORACIONES