

Estudio sobre los precios de los «packages» ofertados por operadores turísticos europeos en 1987

Subdirección General del Instituto de Estudios Turísticos

INTRODUCCION METODOLOGICA

El Instituto de Estudios Turísticos de nuevo ha estudiado la situación de los precios de los «packages» ofertados por los operadores turísticos europeos. En su programa de investigación, el I.E.T. ha continuado el proceso de investigación que sigue sobre la posición de competitividad del producto español en el mercado receptor mediterráneo, en relación al conjunto de países del entorno.

El aumento de la competencia en los mercados turísticos, no sólo mediterráneos sino mundiales, exige un esfuerzo superior de información y de investigación que permita conocer un conjunto de elementos básicos en los momentos de las decisiones de política turística, tanto a nivel de las administraciones como de las empresas generadoras del producto. Numerosas preguntas es necesario responder cuando se ha de realizar una campaña de promoción, una planificación de nuevos recursos, una modificación en los niveles de precios, etc.

¿Quién vende más barato en el mercado?

¿Quién ofrece la mejor calidad?

¿Quién ofrece mayor calidad de producto?

¿En dónde se realiza el mayor esfuerzo promocional?

¿Qué características ofrecen los diversos productos ofertados en los diferentes destinos turísticos?

En España, por su tradición turística y por el peso en el turismo organizado, es conveniente saber con la mayor exactitud y aplicando criterios objetivos, cuál es la situación relativa de competitividad que el mercado turístico español presenta, en especial en lo que respecta al turismo promovido por T.O.

La existencia de un proyecto permanente para la elaboración de un Plan de Marketing para el Turismo Español precisa de apoyos como el que suministra el estudio que ahora se presenta. Esta clase de estudios de mercado reflejan perfiles que caracterizan los diferentes segmentos de la oferta, y permiten compararlos entre sí, ofreciendo una imagen global de la actividad.

En consecuencia, y en razón de la utilidad que supone poseer información sobre la evolución de los precios en los mercados turísticos receptores, el Instituto de Estudios Turísticos ha evaluado por

sexta vez la situación de los precios de los «packages» turísticos ofertados por un amplio grupo de T.O., colectivo que quiere ser muestra representativa del total de operadores europeos.

Los folletos publicados por las empresas promotoras continúan siendo la fuente documental básica del estudio. Diferenciando los resultados para las temporadas de invierno y verano, dadas las peculiaridades propias de cada una que no aconsejan un tratamiento unificado.

Se han vaciado en total más de cien folletos y en conjunto el tratamiento de los mismos ha producido más de 19.500 fichas, correspondientes cada una de ellas a un «package» o establecimiento turístico ofertado.

La investigación que se presenta corresponde a la campaña de verano de 1987 e invierno de 1986 y 1987, y permite hacer una comparación con los resultados obtenidos para los años anteriores.

También se continúa para el caso concreto de los T.O. británicos y alemanes, estudiando la evolución de los precios ofertados en las campañas del 86 y 87, con objeto de comprobar para el Reino Unido y Alemania la tendencia de crecimiento de los precios para cada país receptor.

Para la recopilación de los datos se utiliza una ficha normalizada, cuyo diseño permite recoger la información seleccionada de los folletos.

Por su importancia destacan los códigos siguientes:

- País emisor.
- Operador turístico.
- Temporada.
- País receptor, distinguiéndose zona y subzona de recepción.
- Número de páginas dedicadas en el folleto a la subzona.
- Tipo de alojamiento ofrecido en el «package».
- Categoría del alojamiento (clasificada en alta, media y baja), estableciéndose un sistema de homologación que los haga comparables.
- Origen de partida desde el país emisor (aeropuertos de salida, admitiéndose tres posibilidades).
- Distribución del «package» por la tipología del producto: alojamiento, media pensión y pensión completa.
- Días de duración del «package»: 7 y 14 días.
- Precios de los diferentes «packages», distinguiendo para cada uno de ellos el precio de baja, media y alta temporada: dentro de la estación de verano o invierno.
- Número de semanas que oferta el operador.
- Complementos que ofrece T.O.: piscina, tenis, minigolf y otros.

La investigación se proyecta para un total de catorce países, aun cuando la limitación de medios y el deseo de ir depurando progresivamente los resultados del trabajo han aconsejado referirlo sólo a diez países de emisión y una parte representativa de sus respectivos operadores turísticos.

- * R. F. Alemana.
- * Austria.
- * Bélgica.
- * España.
- * Francia.
- * Italia.
- * Países Bajos.
- * Reino Unido.
- * Suecia y Dinamarca.
- * Suiza.

La relación de los operadores turísticos escogidos para cada país es la siguiente:

R. F. Alemana

- Jahn Reisen
- Kaufhof
- Neckermann
- Transeuropa
- Twen Tours
- Scharnow
- Hetzel
- Touropa

Austria

- Touropa
- Kuoni
- Neckermann

Bélgica

- Airtour-2000
- Eurosun
- Sunsnack
- Jet-air
- Sunair

España

- Club de Vacaciones
- Iberojet
- Turavia
- Mundicolor

Francia

- Eurotour
- Airtour-Euro 7
- Touropa
- Fram
- Sunair
- Voyages Planete
- Air Vacances
- Voyages Conseil
- Jets Tours.

Italia

- Alpitur
- Aviatour
- Teorema
- Fantasia

Países Bajos

- Bel Air
- Neckermann
- Holland International
- D. Tours
- Arke-Reizen
- Hotel Plan
- Evenements

Reino Unido

- Thomson
- Cosmos
- Intasun
- Horizon
- Global
- Thomas Cook
- Enterprise
- Select
- Wings
- Ellerman

Suecia y Dinamarca

- Atlas
- Spies
- Tjaerebor
- Vingresor

Suiza

- Airtour Suisse
- Hotelplan
- Kuoni
- Imholz

Un objetivo que ha mantenido el equipo investigador ha sido aumentar sucesivamente el tamaño de la muestra escogida, así como los países emisores analizados, puesto que los programas informáticos elaborados han sido preparados para ello.

Los países receptores a su vez subclasificados en zonas y subzonas son:

- | | |
|------------|--------------|
| * España | * Turquía |
| * Italia | * Malta |
| * Francia | * Túnez |
| * Rumanía | * Marruecos |
| * Bulgaria | * Portugal |
| * Grecia | * Yugoslavia |
| * Chipre | |

En el caso concreto de España, el territorio del Estado se distribuye en once zonas turísticas, y, a su vez, Baleares en nueve subzonas y Canarias en cuatro subzonas. En otros países, la distribución se corresponde en su caso con las zonas turísticas más conocidas.

El vaciado de la información contenida en los folletos y codificada en más de 19.500 fichas permite llegar a un conjunto de resultados que tienen como objetivos prioritarios:

- a) Conocer la importancia de España en las ofertas de los T.O. (considerando zonas y subzonas) midiendo el porcentaje del número de «packages» (PK) según la teórica calidad ofrecida (categoría alta, media y baja) y el tipo de establecimiento que se oferta.
- b) Saber cuál es la posición de España respecto a dichas ofertas: considerando al mismo tiempo la modalidad del PK (alojamiento, media pensión y pensión completa). Hay que señalar que no debe coincidir el número de «packages» ofrecidos globalmente, con el de ofertas existentes según modalidad, ya que algunos «packages» son ofrecidos bajo la posibilidad de escoger cualquiera de las tres, o entre dos de ellas. Igual que en el párrafo a), el estudio se extiende al ámbito de las zonas y las subzonas.
- c) Valorar el porcentaje de espacio medido en páginas contenido en cada folleto que se destina a cada zona y subzona.
- d) Hay que destacar que nuevamente se ha realizado un estudio conjunto, homogeneizando en pesetas los precios de todos los PK ofertados en las monedas de los distintos países emisores. Con lo cual puede establecerse un índice general de competitividad de los precios.
- e) También se ha elaborado un programa de elementos complementarios, que ofrecen las distintas ofertas (piscinas, tenis, minigolf, etc.). Presentándose los resultados por países, zonas y subzonas.

El trabajo completo presenta otros resultados, como es el caso de la ponderación del precio del transporte en el total del «package», pero el programa elaborado sólo ha ofrecido indicadores parciales, por lo que se ha optado por no recogerles en este análisis.

Asimismo, otras posibilidades de estudio quedan abiertas como:

- Comparación de precios según la temporada ofertada.
- Estacionalidad de las ofertas realizadas.
- Ampliación del estudio o productos turísticos que no se limiten a un viaje o un sólo lugar, permitiendo la ficha codificar PK de circuitos cruceros o de turismo itinerante.
- Estudiar sucesivamente los incrementos de precios de los PK, teniendo en cuenta: países receptores y sus zonas, operadores turísticos, categoría, modalidad del PK, etc.

En resumen, mediante la metodología que se presenta se desea proyectar de forma dinámica cuál es la situación del mercado de

«packages» para los más importantes países emisores y receptores (en este caso, del Mediterráneo).

ALOJAMIENTOS OFERTADOS POR LOS T.O.

Invierno

En la temporada de invierno, y referida al conjunto de países emisores y receptores elegidos en el estudio, la muestra recogida se eleva a la cifra de 5.935 PK, aproximadamente 400 más que en el estudio anterior.

En el cuadro *Distribución PK por alojamiento (%)* se indica en porcentajes, los alojamientos ofertados por los países receptores en relación con la oferta total, indicando así su porcentaje de «oferta potencial».

Comparando estos resultados con los correspondientes a la anterior temporada (véase núm. 90 E.T.) no se observa ningún cambio relevante en los pesos relativos de los países receptores. Salvo una pequeña disminución de España en el conjunto global (0,3) y ligero decrecimiento de Túnez (0,8).

De nuevo España mantiene una posición de liderazgo, en este período de baja estación, en la oferta no hotelera con el 83,5 por 100 del total.

Portugal, Túnez y Marruecos ocupan los puestos siguientes, si bien con una participación muy inferior, habiendo sobrepasado Portugal a Túnez. El resto de países receptores apenas tiene un peso significativo dentro de la oferta global.

También se ofrece para cada país la estructura porcentual del tipo de alojamiento ofertado, separando los hoteleros de los no hoteleros (apartamentos y otros establecimientos).

En todos los casos es notorio el predominio de los alojamientos hoteleros dentro de la oferta total.

INVIERNO: ALOJAMIENTOS OFERTADOS POR
LOS OPERADORES TURISTICOS (%)
(por países y tipologías)

Países receptores	Hoteles	Hostales	Apartamentos	Total
España	59,9	72,6	83,5	67,2
Francia	0,3	—	—	0,2
Italia	3,0	1,6	0,1	2,1
Rumanía	—	—	—	—
Bulgaria	—	—	—	—
Grecia	3,2	—	0,6	2,4
Turquía	0,5	—	—	0,4
Malta	1,6	—	0,8	1,3
Túnez	11,1	6,5	2,3	8,4
Marruecos	7,3	9,7	3,1	6,0
Portugal	9,4	9,7	7,0	8,7
Yugoslavia	0,6	—	—	0,4
Chipre	3,0	—	2,5	2,8
Núm. de alojamientos ...	4.081	62	1.792	5.935

**INVIERNO: DISTRIBUCION DEL TIPO DE ALOJAMIENTO
OFERTADO POR CADA PAIS RECEPTOR (%)**

Países receptores	Hoteles	Hostales	Apartamentos	Total
España	61,3	1,1	37,6	100
Francia	100,0	—	—	100
Italia	97,6	0,8	1,6	100
Rumanía	—	—	—	—
Bulgaria	—	—	—	—
Grecia	92,9	—	7,1	100
Turquía	100,0	—	—	100
Malta	82,3	—	17,7	100
Túnez	90,8	0,8	8,4	100
Marruecos	82,7	1,7	15,6	100
Portugal	74,4	1,2	24,4	100
Yugoslavia	100,0	—	—	100
Chipre	73,1	—	26,9	100

Sólo en el caso de España, la extrahotelaría tiene cierta importancia (un tercio del total) y algo menos, aunque también resulte de alguna significación en Portugal, Malta y Chipre.

Verano

La distribución porcentual por tipos de alojamiento y países receptores de las 13.574 fichas se resume en el cuadro *Distribución PK por alojamientos (%)*.

Comparando estos datos con los de la temporada anterior (verano 86), es de destacar que el peso de España respecto del total se ha elevado al 52,1 por 100.

Grecia ha disminuido en algo más de un punto e Italia ve caer su participación. El resto de países apenas experimenta cambios significativos dada la cifra porcentual tan baja que tienen (cuatro no llegan a representar cada uno de ellos un 2 por 100 del total).

Dado el menor peso que la zona de Canarias tiene en la temporada de verano, motiva que la participación de España en el total sea inferior en la temporada de verano que en invierno.

Estudiando, al igual que en la temporada de invierno, el componente hotelero y no hotelero para cada país, se evidencia un aumento notable del segmento extrahotelero en esta temporada, con cuotas en torno al 30 por 100 en España y Portugal, 25 por 100 en Chipre y superiores al 15 por 100 en Grecia, Malta, Marruecos, Turquía y Yugoslavia.

La relación precios-calidad y servicios ofertados ha de incidir en el futuro de forma decisiva en la tendencia de este reparto, por lo que es importante en la evolución de esta distribución la consideración específica de la calidad como variable base para los próximos años.

Optimizar los gastos de explotación de los establecimientos hoteleros se hace así tarea ineludible en la marcha por la supervivencia y logro de metas de rentabilidad adecuadas en el sector.

**VERANO: ALOJAMIENTOS OFERTADOS POR LOS
OPERADORES TURISTICOS (%)**
(por países y tipologías)

Países receptores	Hoteles	Hostales	Apartamentos	Total
España	47,4	70,4	64,6	52,1
Francia	0,4	1,2	0,2	0,4
Italia	8,1	5,1	2,8	6,8
Rumanía	0,3	—	0,1	2,7
Bulgaria	1,3	—	0,4	1,1
Grecia	17,7	10,9	12,1	16,2
Turquía	2,1	2,7	1,6	2,0
Malta	1,4	—	1,0	1,3
Túnez	5,3	0,3	2,6	4,5
Marruecos	2,3	1,8	1,4	2,1
Portugal	5,1	4,8	6,8	5,5
Yugoslavia	5,7	2,7	3,5	5,1
Chipre	2,0	—	2,9	1,3
Núm. de alojamientos ...	10.009	331	3.234	13.574

**VERANO: DISTRIBUCION DEL TIPO DE ALOJAMIENTO
OFERTADO POR CADA PAIS RECEPTOR (%)**

Países receptores	Hoteles	Hostales	Apartamentos	Total
España	67,2	3,3	29,5	100
Francia	79,2	8,3	12,5	100
Italia	88,2	1,8	10,0	100
Rumanía	92,9	—	7,1	100
Bulgaria	91,1	—	8,9	100
Grecia	80,6	1,6	17,8	100
Turquía	77,5	3,3	19,2	100
Malta	82,2	—	17,8	100
Túnez	86,2	0,2	13,6	100
Marruecos	81,8	2,1	16,1	100
Portugal	68,4	2,2	29,4	100
Yugoslavia	82,4	1,3	16,3	100
Chipre	74,3	—	25,7	100

**EL PESO DE LOS PAISES RECEPTORES EN LAS PAGINAS
DE LOS FOLLETOS DE LOS T.O.**

Invierno

Para la temporada de invierno 86/87 se han codificado 3.454 páginas de los folletos de los T.O., con el siguiente desglose por países emisores:

Reino Unido	794	Holanda	358
Alemania	458	Francia	306
Austria	172	Italia	145
Bélgica	359	Suecia y Dinamarca ...	503
España	193	Suiza	166

El estudio del número de páginas que se destina a la oferta de cada país tiene un destacado interés por cuanto representa un indicador válido del potencial de mercado que tiene cada país receptor. Si

bien no existe una perfecta correlación entre el número de páginas y la decisión final de visitar un país determinado, lo indudable es que un descenso en el número de páginas dedicadas refleje un menor interés comercial hacia ese país y en consecuencia el riesgo de una caída futura en la demanda.

La dedicación de los distintos T.O. de cada país a la promoción de las diversas zonas turísticas varía de unos a otros y, por supuesto, al comparar unos países emisores con otros.

Es de señalar que la menor preferencia hacia España se da en la oferta presentada por Suiza y Francia y la mayor corresponde a Alemania, Austria, Bélgica, Holanda e Italia.

Con estas salvedades, y tomando el valor medio relativo al conjunto de países recogidos en el estudio, España continúa ocupando una posición privilegiada, muy similar a la que tenía en la anterior temporada de invierno (65,1), como ya entonces se hizo notar; esta destacada posición es debida fundamentalmente al peso de Canarias. Zona de especial atracción para alemanes, belgas e ingleses en esta época, y que actúa como auténtico punto focal en esta temporada.

De nuevo Portugal, Túnez y Marruecos ocupan los siguientes puestos en el ranking de páginas dedicadas.

INVIERNO: DISTRIBUCION DE LAS PAGINAS DE LOS FOLLETOS DE LOS T.O. POR PAISES EMISORES Y RECEPTORES (en porcentajes)

	Reino Unido	Alemania	Austria	Bélgica	España	Holanda	Francia	Italia	Suecia/ Dinam.	Suiza	Media
España	64,4	72,7	76,7	71,9	60,6	72,9	55,2	82,1	68,6	56,0	67,7
Francia	0,3	—	—	—	1,6	—	0,7	—	—	—	0,2
Italia	0,5	—	—	3,1	7,3	—	—	—	3,6	—	1,4
Rumanía	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Bulgaria	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Grecia	1,4	—	—	3,3	7,8	—	0,3	—	5,6	—	1,9
Turquía	—	—	—	—	4,1	—	0,3	—	—	—	0,3
Malta	5,9	0,7	—	—	—	1,1	0,7	—	—	—	1,6
Túnez	3,4	9,8	11,6	10,0	4,1	4,2	17,3	8,3	6,8	8,4	7,6
Marruecos	5,7	7,2	5,2	5,3	2,1	5,6	16,3	8,3	3,4	19,9	7,0
Portugal	13,4	4,6	—	6,4	12,4	12,8	7,5	1,4	7,4	12,0	8,7
Yugoslavia	—	2,6	—	—	—	—	—	—	—	—	0,3
Chipre	5,1	2,4	6,4	—	—	3,4	1,6	—	4,8	3,6	3,2
Núm. páginas .	794	458	172	359	193	358	306	145	503	166	3.454

Verano

El número total de páginas procesadas se eleva a 7.320, frente a 7.735 de 1985. Siendo la distribución por países emisores la siguiente:

Reino Unido	1.641	Holanda	891
Alemania	1.360	Francia	445
Austria	325	Italia	142
Bélgica	839	Suecia y Dinamarca ...	879
España	289	Suiza	509

Como es lógico, existe una gran similitud entre la distribución del número de páginas por países y los alojamientos (ver cuadro).

España se sigue manteniendo en un valor próximo al 50 por 100, Grecia supera ligeramente el 16 por 100, y entre valores comprendidos entre el 4 y el 10 por 100, Italia, Portugal, Túnez y Yugoslavia, teniendo el resto de países receptores pesos muy reducidos.

VERANO: DISTRIBUCION DE LAS PAGINAS DE LOS FOLLETOS DE LOS T.O. POR PAISES EMISORES Y RECEPTORES (en porcentajes)

	Reino Unido	Alemania	Austria	Bélgica	España	Holanda	Francia	Italia	Suecia/ Dinam.	Suiza	Media
España	52,7	50,4	69,8	46,6	78,9	49,9	46,1	87,3	38,9	37,1	50,6
Francia	0,6	0,4	—	0,5	1,7	—	0,4	—	—	—	0,4
Italia	8,0	4,3	2,8	11,2	5,2	4,4	4,9	—	7,6	11,8	6,8
Rumanía	—	0,7	—	1,0	—	—	—	—	—	—	2,0
Bulgaria	—	3,9	—	1,0	—	—	0,4	—	1,6	—	1,1
Grecia	16,0	12,2	9,5	17,4	4,5	20,1	7,2	—	32,7	17,7	16,5
Turquía	0,8	4,5	3,1	1,9	1,0	2,5	4,3	—	2,8	5,9	2,7
Malta	2,9	0,7	—	1,1	—	1,5	1,8	—	—	2,6	1,4
Túnez	2,4	6,0	3,4	6,6	2,1	2,5	15,7	4,2	3,6	6,9	4,9
Marruecos	2,0	2,0	—	2,4	2,4	2,0	9,2	4,2	0,7	4,3	2,5
Portugal	6,8	4,0	6,8	4,3	4,2	7,3	5,2	4,2	1,4	7,3	5,2
Yugoslavia	5,2	9,1	1,8	4,2	—	6,2	2,7	—	3,5	0,6	4,8
Chipre	2,6	1,8	2,8	2,0	—	2,9	2,0	—	7,2	5,9	3,0
Núm. páginas .	1.641	1.360	325	839	289	891	445	142	879	509	7.320

MODALIDAD DE LOS PK OFERTADOS

Invierno

Se han procesado para la temporada de invierno 7.230 PK. Su distribución en las distintas modalidades queda reflejada en el siguiente cuadro:

INVIERNO: DISTRIBUCION PK POR MODALIDADES OFERTADAS (%)

Países receptores	Alojamiento	Media pensión	Pensión completa
España	68,7	65,6	66,6
Francia	0,2	0,2	0,1
Italia	5,0	0,2	—
Rumanía	—	—	—
Bulgaria	—	—	—
Grecia	3,6	2,6	0,3
Turquía	0,9	0,1	—
Malta	0,6	2,1	0,8
Túnez	3,0	8,2	15,1
Marruecos	2,7	6,8	8,1
Portugal	11,3	10,5	5,8
Yugoslavia	—	—	1,1
Chipre	4,0	3,5	2,0
Total ofertas	2.453	2.605	2.172

Respecto a los resultados de 1986, no se observan grandes diferencias, a excepción de la reducción en la participación española en los PK de alojamiento y el aumento en las otras modalidades. Es evidente el predominio de España en las tres modalidades, especial-

mente en el producto «sólo alojamiento». En esta temporada de invierno tiene cierta significación Portugal en las ofertas de alojamiento y media pensión; Marruecos, Túnez en media pensión y pensión completa. Prácticamente los mismos resultados que en temporadas anteriores. Sin duda, la modificación de la muestra que se ha efectuado sigue afirmando la penetración de la oferta española en el mercado turístico de invierno en la zona considerada. Por otra parte, ese predominio español se da sustancialmente en las ofertas de PK de Canarias.

Verano

Para la temporada de verano de 1987 se han procesado 16.399 modalidades, lo que significa una disminución del 3,4 por 100 sobre el estudio de 1986. La estructura de la distribución por tipologías de PK queda de la siguiente forma:

VERANO: DISTRIBUCION POR MODALIDADES OFERTADAS (%)

Países receptores	Alojamiento	Media pensión	Pensión completa
España	51,3	46,5	59,4
Francia	0,6	0,2	0,2
Italia	5,3	7,8	6,9
Rumanía	—	—	—
Bulgaria	0,3	0,4	2,4
Grecia	21,0	18,0	5,7
Turquía	1,1	2,5	1,7
Malta	0,9	1,9	1,2
Túnez	2,2	4,4	8,5
Marruecos	1,0	2,1	3,0
Portugal	9,6	5,9	2,7
Yugoslavia	2,2	6,5	5,7
Chipre	4,4	3,6	2,2
Total ofertas	4.616	6.925	4.858

Se observa un ligero crecimiento en las cuotas de participación de las distintas modalidades. Por lo que España ha aumentado nuevamente la cuota en especial en pensión completa.

En general, la situación se mantiene en términos parecidos a temporadas anteriores. España sobrepasa el 50 por 100. El resto de países tiene comportamientos diferentes, según las distintas tipologías de los PK ofertados.

Hay que señalar que en la modalidad alojamiento entre España y Grecia absorben más del 70 por 100 del total. En media pensión y pensión completa la distribución se diversifica algo más.

LOS PRECIOS DE LOS «PACKAGES»

El estudio de los niveles de indicadores de precios para el conjunto de los precios analizados se ha efectuado teniendo en cuenta dos consideraciones diferentes. Es decir, incluyendo en el valor medio

de España las islas Canarias, y, por el contrario, desagregándolas del marco español; tratando dicha comunidad autónoma española como una zona específica. Es lógico y necesario hacerlo así, ya que por ejemplo en invierno el peso canario es muy elevado y distorsiona la realidad de las otras zonas españolas. Por otra parte, la larga distancia que supone el desplazamiento al archipiélago incorpora un contenido superior en transporte que altera el valor medio español. Por dichas razones se ha optado por presentar el estudio desde ambos enfoques.

- a) Los precios de los «packages» integrando, en las ofertas de España los de las islas Canarias.

Invierno

Es evidente que uno de los objetivos básicos de la investigación es diseñar una tabla de índices de precios que sitúe a cada zona en el nivel que le corresponde, en cuanto al grado de encarecimiento de sus productos.

El método aplicado consiste en atribuir valor 100 a los precios de España y comparar dicho índice con los resultados de los demás países y zonas en competencia. Hay que señalar que cada país ofrece un índice que es sólo comparable para cada área emisora. Por lo que no es posible en principio relacionar los precios de los distintos países emisores, ya que se presentan en monedas diferentes y en relación a una base española igual a 100 diferente.

El estudio del cuadro que se ofrece permite establecer una serie de conclusiones de gran interés.

- La observación de los datos señala que el PK español en invierno se sitúa generalmente por encima de los índices de la mayoría de los países emisores —hay que tener en cuenta que en este caso se incluye a las islas Canarias.

Debemos resaltar que, a excepción de Chipre y de Portugal para algunos países, el producto español está a niveles muy elevados. Por otra parte se observa que el índice más alto corresponde a Portugal desde Italia, lo cual no quiere decir que sea el precio más caro sino que la relación frente al cien de España se distancia más. La inclusión de Madeira en Portugal se observa que encarece la media de dicho país. Debe recordarse que el 50 por 100 de los PK españoles de invierno —luego el 36 por 100 del total— corresponde a las islas Canarias.

Es importante destacar también los bajos índices de Malta y de Túnez como las únicas ofertas de Yugoslavia, hechas desde Alemania. Asimismo, Grecia y Marruecos se distancian bastante de los precios medios españoles.

Por ello, para aislar a España del factor canario, en otra sección de este trabajo se analiza el mismo proceso, separando los efectos de precios del archipiélago.

INDICES DE PRECIOS DE LOS PK OFERTADOS POR LOS T.O.
(media pensión, siete días)
Invierno/con Canarias

	Reino Unido	Alemania	Austria	Bélgica	España	Holanda	Francia	Italia	Suecia/ Dinamarca	Suiza
España	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia	102,1	—	—	—	101,1	—	65,9	—	—	—
Italia	105,1	—	—	108,7	120,7	—	—	—	92,5	—
Rumanía	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Bulgaria	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Grecia	78,0	70,0	—	111,9	106,2	—	66,1	—	83,4	—
Turquía	—	—	—	—	122,9	—	84,0	—	—	—
Malta	72,1	64,5	—	—	—	76,5	79,2	—	—	—
Túnez	79,3	66,7	73,0	70,7	84,6	59,4	79,8	70,4	67,1	71,7
Marruecos	87,5	95,4	112,1	110,5	53,3	99,4	101,5	99,2	84,0	89,0
Portugal	83,6	117,9	—	117,0	92,2	112,4	123,4	135,6	111,2	108,7
Yugoslavia	—	60,4	—	—	—	—	—	—	—	—
Chipre	112,2	99,1	90,3	—	—	104,1	97,1	—	85,8	88,5

Verano

La menor ponderación de los PK de Canarias en el conjunto de las ofertas del verano influye en que los índices de precios en relación a España y al invierno se incrementen considerablemente. Del cuadro se deducen diferentes conclusiones de gran interés.

- Las desviaciones relativas entre los índices de precios de España y el resto de países se han reducido sustancialmente respecto a los valores de hace varios años.
- Las ofertas más baratas siguen siendo las de Bulgaria, Rumanía y Yugoslavia.
- De otra parte, Grecia, Francia, Italia, Portugal y Chipre, en general, siguen vendiendo más caro que España.
- Desde el Reino Unido, Chipre y Turquía son los países más caros y Bulgaria es el más barato.
- Desde Alemania resultan más caros Chipre, Portugal y Turquía, y más baratos Túnez y Yugoslavia.
- Desde Austria, Yugoslavia se caracteriza por su bajo precio, mientras que Portugal y Turquía presentan los índices más altos.
- Desde Bélgica son Bulgaria y Rumanía las ofertas más reducidas y Portugal la más cara.
- Desde España, los destinos más caros son Italia, Turquía y Portugal, especialmente por las ofertas de mayor calidad demandadas; mientras que Marruecos resulta incluso más barato que el propio país emisor.
- Desde Holanda vuelven a resultar más baratos Túnez y Bulgaria y más caro Chipre.
- Los destinos más baratos desde Francia son Bulgaria y Yugoslavia.
- Desde Italia, Túnez es el país con menor precio.

- El viaje desde los países nórdicos más asequible en cuanto a precios es el de Túnez.
- Finalmente, destaca el bajo precio que se ofrece desde Suiza del mercado turístico yugoslavo.

INDICES DE PRECIOS DE LOS PK OFERTADOS POR LOS T.O.
(media pensión, siete días)
Verano/con Canarias

	Reino Unido	Alemania	Austria	Bélgica	España	Holanda	Francia	Italia	Suecia/ Dinamarca	Suiza
España	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia	108,5	93,9	—	111,7	136,0	—	148,2	—	—	—
Italia	96,0	114,4	110,8	102,2	214,7	112,4	125,8	—	85,1	120,7
Rumanía	—	—	—	62,2	—	—	—	—	—	—
Bulgaria	84,8	94,0	—	61,2	—	81,8	78,2	—	—	—
Grecia	107,9	117,1	105,7	108,3	116,2	119,8	90,6	—	95,3	112,9
Turquía	116,6	120,6	116,2	122,6	210,5	126,0	95,4	—	94,6	97,4
Malta	93,3	116,4	—	96,0	—	105,4	96,3	—	—	105,8
Túnez	93,1	86,4	93,6	85,8	117,8	85,8	102,7	71,9	81,4	88,6
Marruecos	93,3	110,2	—	98,4	94,9	112,7	108,4	104,9	102,1	98,3
Portugal	111,2	134,2	142,9	133,5	136,2	130,9	124,1	139,2	132,6	130,2
Yugoslavia	88,0	89,3	84,1	82,0	—	94,8	78,6	—	82,0	78,6
Chipre	130,1	135,5	112,1	117,3	—	135,7	117,2	—	101,2	114,2

b) Los precios de España sin los PK de Canarias

Las razones anteriormente expuestas de que la incorporación en el estudio de las islas Canarias en el conjunto nacional —lo cual es normal desde un planteamiento político y geográfico— distorsiona la imagen de competitividad del resto de España. Por lo que es aconsejable que en paralelo al trabajo anterior se analicen los índices de precios, considerando el archipiélago independientemente de España, para así observar los índices españoles sin ser afectados por dichos PK canarios.

De inmediato se observa que los índices del conjunto peninsular y Baleares mejoran sensiblemente respecto a los cuadros anteriores. Considerando tales circunstancias puede señalarse que sólo aparecen, en general, como países más baratos que España sin Canarias:

- Rumanía,
- Bulgaria
- y Yugoslavia;

el resto, incluyendo a Túnez y Marruecos, ofrecen PK con precios más altos.

Hay que resaltar que el elevado índice del producto portugués se debe especialmente a la inclusión de los PK de Madeira que en su contenido encierra un coste adicional del transporte por su mayor distanciamiento.

Asimismo, Chipre es también un destino caro en relación al resto de países.

Un dato importante a considerar es que las ofertas que se realizan

desde los distintos países emisores oscilan respecto al 100 de España desde un mínimo del 66,9 por 100 Bélgica/Bulgaria al 241,5 por 100 España/Italia.

INDICES DE PRECIOS DE LOS PK OFERTADOS POR LOS T.O.
(media pensión, siete días)
Invierno/sin Canarias

	Reino Unido	Alemania	Austria	Bélgica	España	Holanda	Francia	Italia	Suecia/Dinamarca	Suiza
España	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia	131,2	—	—	—	116,5	—	89,0	—	—	—
Italia	135,1	—	—	131,4	181,9	—	—	—	113,7	—
Rumanía	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Bulgaria	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Grecia	100,2	101,9	—	137,7	179,6	—	89,4	—	102,4	—
Turquía	—	—	—	—	185,2	—	113,5	—	—	—
Malta	92,6	102,9	—	—	—	107,2	107,0	—	—	—
Túnez	101,9	106,5	95,9	87,0	143,0	83,1	107,9	89,8	82,5	94,7
Marruecos	112,4	152,2	147,3	136,0	90,1	139,2	137,2	126,5	103,3	117,5
Portugal	107,5	188,2	—	144,0	155,9	157,5	166,8	172,9	136,6	143,5
Yugoslavia	—	96,4	—	—	—	—	—	—	—	—
Chipre	144,3	158,2	113,7	—	—	145,8	131,2	—	105,4	116,9

INDICES DE PRECIOS DE LOS PK OFERTADOS POR LOS T.O.
(media pensión, siete días)
Verano/sin Canarias

	Reino Unido	Alemania	Austria	Bélgica	España	Holanda	Francia	Italia	Suecia/Dinamarca	Suiza
España	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia	115,4	107,0	—	122,2	156,0	—	150,1	—	—	—
Italia	102,2	130,4	120,6	111,8	249,0	120,0	127,4	—	91,9	125,7
Rumanía	—	—	—	68,0	—	—	—	—	—	—
Bulgaria	90,2	107,2	—	66,9	—	87,3	79,2	—	—	—
Grecia	114,8	133,6	115,1	118,4	134,7	128,0	91,8	—	102,9	117,6
Turquía	124,0	137,5	126,6	134,0	241,5	134,6	96,6	—	102,1	101,5
Malta	99,2	132,7	—	104,9	—	112,5	97,6	—	87,9	110,2
Túnez	99,1	98,5	102,0	93,8	136,6	91,6	104,0	83,5	—	92,2
Marruecos	99,2	125,7	—	107,6	110,1	120,3	109,8	121,4	110,3	102,3
Portugal	118,3	153,0	155,7	145,9	158,0	139,7	125,7	161,6	143,2	135,6
Yugoslavia	93,6	101,8	91,6	89,7	—	101,3	79,6	—	88,6	81,9
Chipre	138,4	154,5	124,8	128,3	—	144,9	118,7	—	109,3	119,0

EVOLUCION DE LOS PRECIOS DE LOS PK EN LA TEMPORADA 1986-1987

Con el fin de estudiar con mayor detalle la situación de los precios de los PK ofertados por los T.O. europeos, en esta sección se estudia la evolución de dichos precios en las dos últimas campañas y en el caso concreto de los «packages» ofertados desde el Reino Unido y Alemania.

Se considera que el amplio tamaño de las muestras para tales países emisores, garantiza el valor del estudio fundamentalmente

**EVOLUCION DE LOS PRECIOS DE PK OFERTADOS POR LOS T.O.
BRITANICOS Y ALEMANES**
(en media pensión, siete días/invierno)

	Reino Unido (libras)			Alemania (marcos)		
	1987	1986	% varia.	1987	1986	% varia.
España	268	269	-0,2	1.282	1.239	3,5
— Baleares	206	202	2,0	779	739	5,4
— Canarias	337	340	-0,9	1.392	1.334	4,3
— C. del Sol	216	217	-0,5	995	986	0,9
Francia	274	331	-17,2	—	—	—
Grecia	209	227	-7,9	—	—	—
Italia	282	259	8,9	—	—	—
Marruecos	235	245	-4,1	1.222	1.181	3,5
Portugal	224	224	—	1.511	1.380	9,9
Túnez	213	210	1,4	855	823	3,9
Yugoslavia	—	—	—	774	843	8,8

cuando se escoge como producto comparable el PK de siete días y media pensión.

Interesa pues conocer cómo han crecido los precios de los países receptores básicos, desde los orígenes señalados. En dos secciones diferenciadas (temporada de invierno y temporada de verano) se presentan los resultados correspondientes a 1985/1986 y 1986/1987.

Como consecuencias más importantes han de destacarse:

- El crecimiento en verano de los precios ofertados desde el Reino Unido, sobre todo en relación al decrecimiento y estancamiento de los precios desde Alemania.
- En Alemania se aprecia un mayor crecimiento de los precios en invierno que los de verano.
- Desde el Reino Unido destaca el mantenimiento de los precios, en invierno, así como el fuerte crecimiento de los precios italianos, igual que los españoles, para la temporada del verano.
- Desde Alemania, en general destaca el decrecimiento de los precios de Túnez y la Costa del Sol en verano y Yugoslavia y Portugal en invierno.

**EVOLUCION DE LOS PRECIOS DE PK OFERTADOS POR LOS T.O.
BRITANICOS Y ALEMANES**
(en media pensión, siete días/verano)

	Reino Unido (libras)			Alemania (marcos)		
	1987	1986	% varia.	1987	1986	% varia.
España	252	229	10,0	1.087	1.085	0,2
— Baleares	234	212	10,4	926	927	-0,1
— Canarias	308	276	11,6	1.316	1.301	1,2
— C. del Sol	267	234	14,1	1.163	1.369	-15,0
Francia	274	253	8,3	1.020	993	2,7
Grecia	272	252	7,9	1.273	1.200	6,1
Italia	242	215	12,6	1.243	1.255	-0,9
Marruecos	235	223	5,4	1.198	1.227	-2,4
Portugal	281	261	7,7	1.459	1.511	-3,4
Túnez	235	231	1,7	939	1.060	-11,4
Yugoslavia	222	209	6,2	971	950	2,2

COMPARACION GLOBAL DE LOS PRECIOS DE LOS PK

Con el fin de poder comparar globalmente desde 1985 a 1987 la situación de competitividad del conjunto de las ofertas, se han transformado en un índice común todos los precios incorporados en el estudio.

El cuadro que se acompaña explica para las temporadas de invierno y verano, y según modalidad de los PK, la situación de competencia de los distintos destinos.

En verano se observa que España queda por debajo del índice medio general, solamente en posición de mayor precio respecto a Bulgaria, Rumanía y Yugoslavia. En general, para el verano puede decirse que en conjunto España ofrece un precio inferior al 5%.

En invierno, el predominio de España y el gran número de ofertas de Canarias sitúa a España en la media. Pero para esta temporada, en que la climatología es más adversa en otras zonas, hay bastantes más países que ofertan a precios inferiores.

INDICE DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRECIOS DE LOS PK EN LOS PAISES MEDITERRANEOS 1987/85 (homologación en pesetas)

Precios medios para siete días

	Verano				Invierno			
	PC	MP	A	Total	PC	MP	A	Total
España	112,1	107,8	109,5	109,9	112,7	105,2	107,2	108,3
Bulgaria	92,5	90,7	65,1	93,1	—	—	—	—
Chipre	173,6	140,8	132,2	143,1	140,1	107,8	109,5	114,4
Francia	135,2	108,4	120,9	115,9	105,8	80,8	89,1	85,6
Grecia	155,0	119,1	112,0	119,5	118,0	92,0	92,8	91,3
Italia	144,7	111,5	149,3	128,8	—	89,9	133,0	120,9
Malta	144,6	96,4	97,3	105,5	112,7	59,5	59,1	70,5
Marruecos	141,2	120,9	131,3	133,3	133,5	110,3	102,0	133,0
Portugal	187,0	131,4	129,8	136,5	159,9	98,2	91,8	107,8
Rumanía	94,7	71,7	—	96,3	—	—	—	—
Túnez	109,4	101,0	107,1	108,0	87,3	88,8	86,4	90,0
Turquía	162,5	141,2	144,0	149,1	—	106,5	142,4	129,8
Yugoslavia	105,5	92,4	96,5	98,4	74,6	76,4	106,0	77,5
Media	118,9	111,8	115,0	115,0	112,7	102,3	106,0	107,1

INDICE BASE: ESPAÑA = 100 en 1985

CONCLUSIONES

El estudio en profundidad de los resultados del trabajo pone de manifiesto la permanencia de las conclusiones que podrían definirse como históricas, importantes todas ellas para conocer y comprender la estructura del mercado turístico mediterráneo en su modalidad del «package». Creemos que la muestra de 19.500 fichas o PK que suponen más de 230.000 precios, es suficientemente representativa para considerar el trabajo significativo en sus valores finales y en las conclusiones que se deducen.

En este informe se presenta exclusivamente un pequeño resumen de datos y una síntesis del contenido de una amplia colección de lis-

tados y programas de ordenador. Un aprovechamiento más intenso de los listados de ordenador permitirá tener información sobre otros aspectos tales como:

- Significado, comportamiento y valoración de cada zona y subzona en que se clasifican algunos países.
- Papel jugado por cada Operador Turístico en el conjunto de canales de oferta.
- Interdependencia entre los diferentes aspectos considerados en el estudio (calidades/países, operadores/modalidades, precios/zonas, etc.).
- Ofertas de productos o servicios complementarios en el hotel a nivel de zona.
- Y otras muchas aplicaciones, obtenidas a través de nuevas programaciones de los datos contenidos.

Se cree importante destacar, que la mejora de esta investigación exige la continuidad del proyecto, ya que se consolidan progresivamente, los valores estructurales definidores del adecuado tratamiento de los datos en su cantidad y calidad.

Como conclusiones fundamentales del estudio es conveniente destacar ciertos comentarios, que simplifican enormemente un estudio más parcial e interesado de la realidad.

1. Se considera, que a pesar de la modificación de la muestra, los valores prácticamente, se han estabilizado, lo que significa en términos estadísticos una aproximación a los valores centrales o más frecuentes. Es decir, en la versión de 1987 apenas se han producido sensibles modificaciones.
2. España es el mercado turístico líder de la zona, seguido a gran distancia del resto de los países competidores (en invierno significa el 67,2% y en verano el 52,1%). Como se comprueba valores similares a los obtenidos en el estudio de 1986 y anteriores.
3. El papel de países teóricamente importantes en el turismo individual tales como Francia e Italia, en el turismo de PK es prácticamente residual.
4. El cambio de la muestra, incorporando nuevos registros, no ha modificado las matrices de cuotas de mercado, participación en páginas dedicadas y los índices de precios.
5. Hay que señalar, que se continúa evidenciando una posición geográfica de privilegio de España en relación a determinados países competidores, lo que favorece su oferta a precios competitivos.
6. Sigue produciéndose un acercamiento en precios, que está posicionando a nuestros PK en condiciones muy similares a otros mercados, e incluso en alguna zona desfavorablemente.
7. Hay que señalar, que el menor precio que se observa en algunas ofertas, se motiva fundamentalmente por la existencia de

una renta de situación, lo que viene a justificar que el precio del producto estancia —en bastantes ocasiones— se venda más caro en España que en las zonas turísticas competidoras.

8. Para España, la integración en los valores medios de las islas Canarias condiciona enormemente sus cuotas e indicadores.

Como hechos relevantes para el año 1987, del procesamiento realizado de la información, varias tendencias se manifiestan de manera importante para los próximos años:

- No cambiará, prácticamente, el peso o significación de España como país receptor en el conjunto de los países analizados.
- El liderazgo de España es absoluto y no se vislumbra expectativas de pérdida de cuota de mercado y de influencia en los mercados emisores.
- Los precios de España tienden a identificarse con los de los países competidores.
- Se hace necesario el mejoramiento de la calidad en las prestaciones concedidas al turista, observándose un cierto endurecimiento del mercado.
- Un grupo reducido de operadores turísticos oligopolizan una parte sustancial de las ofertas y la evolución que sigan dichos intermediarios, marcará las tendencias del mercado del PK.